

PROF. DR. AYSEL AZİZ

PROF. DR. AYSEL AZİZ TELEVİZYON VE RADYO YAYINCILIĞI



TELEVİZYON VE RADYO YAYINCILIĞI (GİRİŞ)

- YAYINCILIK TARİHİ
- YAYINCILIĞIN ÖZELLİKLERİ, İŞLEVLERİ, PROGRAM TÜRLERİ
- ULUSLARARASI DÜZENLEYİCİ YAYIN ÖRGÜTLERİ
- İZLEYİCİ VE İZLEYİCİ ARAŞTIRMALARI
- TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON YAYINLARI
- TÜRKİYE'DE UYGULANAN RADYO VE TELEVİZYON İLE İLGİLİ HUKUKİ DÜZENLEMELER

hiperlink

hiperlink

RADYO TELEVİZYON YAYINCILIĞI (GİRİŞ)

PROF. DR. AYSEL AZİZ

Hiperlink Yayınları

Hiperlink Yayınları: 58

Yayıncı Sertifika No: 16680
ISBN: 978-9944-157-67-4
6. Baskı: Eylül 2013

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Günbaş
Editör: Aslı Kasar
Kapak Tasarım: Yunus Karaaslan
İç Tasarım: Çelebi Şenel
Baskı-Cilt: Matsis Matbaa (Tel: 0212 624 21 11)

hiperlink

Adres: Mumhane Cad. Murakıp Sok. Avcı İş Merkezi
No: 13 Kat: 2-3 Karaköy/İstanbul
Tel: 0212 293 07 05-06 Faks: 0212 293 56 58
e-mail: info@hiperlink.com.tr - www.hiperlink.com.tr

RADYO TELEVİZYON YAYINCILIĞI (GİRİŞ)

- Elektronik Yayıncılığın tarihi
- Yayıncılığın özellikleri, işlevleri, program türleri
- Uluslararası düzenleyici yayın örgütleri
- İzleyici ve izleyici araştırmaları
- Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığı
- 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluşları ve Hizmetleri Hakkında Kanun
- 2954 sayılı Radyo ve Televizyon (TRT) Kanunu
- Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi
- Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi

PROF. DR. AYSEL AZİZ

Genişletilmiş 6. Basım

6. BASIMA ÖNSÖZ

"Televizyon ve Radyo Yayıncılığı"nın son basımı, 2006 yılında yani yedi yıl önceydi. İletişim teknolojisinin hızla geliştiği bu yıllarda pekçok şey değişti: Toplumsal yapıda; kurum ve kuruluşlarda değişiklikler oldu. Birey yaşantısında iletişim teknolojisindeki gelişmelere bağlı olarak yeni alışkanlıklar; yeni tutum ve davranışlar meydana geldi.

Bu geçen yıllarda radyo ve özellikle televizyon yayıncılığında da gelişmeler oldu; toplum yaşamındaki yeri daha da güçlendi. Ana akım elektronik yayıncılıkla ilgili gelişmeler yanında yerel yayıncılık da gelişti.

Tüm dünyada radyo ve televizyon yayınları sayısal olarak arttı, içerikleri farklılaştı; izlerkitlelerin zevkine, beğenisine, sorunlarına yanıt vermeye başladı,tematik kanallar çoğaldı. Yayın tekniklerine uydu yayınları, İnternet yayınları gibi farklı yayım teknikleri eklendi. Uydu teknolojisinin farklı kullanım biçimleri ortaya çıktı. Bir anlamda yayınlar küreselleşti. Yayınları izleme olanakları da çoğaldı; İnternetten, cep telefonlarından yayınlar alınmaya başlandı, yayınları izleme mobilleşti! İzlerkitlenin yayınlara aktif katılımı söz konusu oldu. Facebook, twitter yayıncılar için yayınlarda anında kullanılan haber kaynağı olurken, izlerkitle için de yayınlara aktif olarak katılma aracı durumuna geldiler. Yayınlarda "reyting" olgusu daha da önem kazandı. Değişen teknoloji ve izlerkitle etkisiyle ulusal ve uluslararası yeni hukuk düzenlemeleri yapıldı.

Tüm bu değişikliklerin "Televizyon ve Radyo Yayıncılığı" kitabının yeni basımına yansıması, orada yer alması gerekirdi ve öyle de oldu. Tüm bu değişikliklerin kolay olmadığı da açıktı; güncellenen her bilginin birkaç kaynaktan bir araştırılması gerekiyordu. Ancak, medya alanında değişimler o kadar hızlı oluyor ki, bu hıza yetişmenin de olanağı da pek yok gibi. Şu anda *"tamam"* artık denilen bir zaman da bile yeni gelişmelerin olduğu kesin!

Kitabın bu basımına yapılan güncellemeler ve eklemeler sonucu, neredeyse kitabın üçte biri değişti. Eskiyen, fazla önemi kalmayan konular ya tüm olarak kaldırıldı ya dipnotlarına alındı ya da kısalılarak "kutucuk"lara aktarıldı. Televizyon Radyo Yayıncılığı'nın bu basımında da ilk kez kullandığım "kutucuk" formatıyla hem bilgi aktarılıyor, hem de okuyucu, ana metni okurken, ayrıntılara boğulmuyor; o konuda derinleşmek isterse de bilgilenmesine olanak sağlıyor. Açıkçası, yazarının *"bu bilgiyi de paylaşsam iyi olur!"* dediği türden bilgiler yer alıyor kutucuklarda! Kitapta bu tür kutucukların önemli bir kısmı, önceki basımlarda yer alan, ancak günümüzde çok da güncelliği kalmayan, ancak bilinmesinde de yarar olduğu kanısında olduğum bilgiler. Bir kısmı ise ayrıntılı yeni, güncel bilgiler.

Kitabın bu basımının EK'ler kısmında radyo ve televizyon yayıncılığıyla ilgilenenlere kaynak niteliğinde; elinin altında bulundurmaları gereken Türk radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen dört hukuk düzenlemesine yer verildi.

Bunlardan ulusal nitelikte olanlar; 6112 sayılı *"Radyo ve Televizyon Kuruluşları ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun"* ile kamu hizmeti yayıncılığını sürdüren TRT'nin yayınlarını düzenleyen ve 2009 yılında güncellenen 2954 sayılı *"Radyo ve Televizyon Kanunu"*nudur. Uluslararası düzeydeki hukuk düzenlemeleri olarak ise Türk yayıncılığı açısından bağlayıcı nitelikte olan *"Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi"* ile 2010 yılında yürürlüğe giren *"Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi"* verildi.

Kitabın güncelleştirilmesinde yardımlarını gördüğüm kuruluşlar, dostlar ve meslekdaşlar, arkadaşlar oldu: Kimisi doğrudan bilgi aktarımında bulundu, kimisi güncel bilgilere nerelerden ulaşabileceğim konusunda yol gösterdi. Burada özellikle Türk özel radyo ve televizyon yayıncılığının sorunlarını dile getiren, haklarını savunan, bir meslek olarak radyo ve televizyon çalışanlarının gelişimiyle ilgili çalışmalar yapan ve giderek bu konuda etkili bir meslek kuruluşu olan "Radyo ve Televizyon

Meslek Birliği" (RATEM)'den yararlandığımı söylemek isterim. RATEM'in kurucularından ve eski başkanlarından **Yusuf Gürsoy**'a özellikle teşekkürlerimi iletmek isterim.

Yardımlarını gördüğüm bir diğer kişi İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi akademisyeni ve yılların radyo DJ'i, GB TIMES FM'in İstanbul Yayınları Yöneticisi **Yrd. Doç. Dr. Michael Kuyucu**. Medya konusunda güzel, kapsamlı çalışmalara da imza atmış bu genç arkadaşımı kutluyor, yardımlarını da takdirle karşılıyorum. Bu arada her zaman yardımlarını gördüğüm eski dost ve meslekdaşım, Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğretim üyelerinden **Yrd. Doç. Dr. Nalan Büker**'e de teşekkür borcum var.

Bilgilerinden yararlandığım bu kişiler yanında her zaman *"lambayı tutarak gölgede duranlar"* da var. Sözü aileme; eşim **Ergün Aziz**'e, kızlarım **İdil Aziz** ve **Elvan Aziz**'e getirmek istiyorum. Bana her zaman destek oldular, oluyorlar; sağ olsunlar!

Son teşekkürüm ise **Hiperlink Yayınları** sahiplerinden **Yusuf Günbaş'a** ve Yayınevi çalışanlarına. Yusuf Günbaş'ın beni sık sık arayarak, *"kitap hazır mı hocam, artık basmamız gerekli!"* şeklindeki haklı uyarıları olmasaydı, bu kitap belki şimdi de çıkamayabilirdi. Kitabın dizgi ve tasarım aşamasında da çalışanlardan editör **Aslı Kasar**'a, kapak tasarımını yapan **Yunus Karaaslan**'a, iç tasarımda yoğun emek harcayan **Çelebi Şenel**'e ve basım işleriyle uğraşan, isimlerini bilemediğim Hiperlink Basımevinin diğer tüm çalışanlarına emekleri için teşekkürler.

Prof. Dr. Aysel Aziz
İstanbul, Haziran 2013

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 14:
TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON YAYINLARI 195

BÖLÜM 15:
RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ BUGÜNKÜ DURUMU 225

ŞEKİLLER LİSTESİ

KUTUCUKLAR LİSTESİ

KISALTMALAR

ABC American Broadcasting Commission
ABC Australian Broadcasting Commission
ABD Amerika Birleşik Devletleri
ABU Asia-Pasific Broadcasting Union
AFRTS American Forces of Radio Television Services
AGB Audit of Great Britain
a.g.e. adı geçen eser
AIR Association Internacional de Radiodifusion
AKDYK Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurulu
AKP Adalet ve Kalkınma Partisi
Alm. Almanca
AM Amplitude Modulation
ANAP Anavatan Partisi
ASBU Arap States Broadcasting Union
A.Ş. Anonim Şirket
AÜ Ankara Üniversitesi
BBC British Broadcasting Corporation
BDDK Bankalar Denetleme ve Düzenleme Kurulu
bkz. bakınız
BM Birleşmiş Milletler
BÜ Bireysel Ünite
BYYO Basın Yayın Yüksekokulu
CATV Cable Television
CBC Canadian Broadcasting Commission
CBS Colombia Broadcasting System
CBU Commonwealth Broadcasting Union
CD Compact Disc
CEPT European Poste and Telecommunication
CHP Cumhuriyet Halk Partisi

CNN Cable National News (Ulusal Kablo Haber Kanalı)
CSA Conseil Superior de la’auduiovisuel/
İşitsel - Görsel Yüksek Konsey
ç. çoğul
çev. çeviren
ÇKD Çok Kısa Dalga
DAB Digital Audio Broadcasting
DBS Direct Broadcasting From Satellite
DP Demokrat Parti
DPT Devlet Planlama Teşkilatı
Dr. Doktor
DVB Digital Video Broadcasting (Sayısal yayıncılık)
DVB-T Digital Video Broadcasting-Terresterial (Karasal Sayısal Yayıncılık)
DYP Doğru Yol Partisi
DYU Doğrudan Yayın Uydusu
EBI Educational Broadcasting International
ed. editör
e-rehber elektronik rehber
Eurosat European Satellite
Eutelsat European Telecommunication Satellite
EVN Eurovision News
FAO Food and Agricultural Organisation
FCC Federal Communication Commission
FM Frequency Modulation / Frekans Modülasyon
Fr. Fransızca
G. Ame. Güney Amerika
GAP Güney Anadolu Projesi
HBO Home Box Office
Hd Ma. High Definition Multiplexed Analog Components
HF High Frequency
Hz. Hertz
Jr. Junior
IBA Independent Broadcasting Authority / Bağımsız Yayın Otoritesi
IBU International Broadcasting Union / Uluslararası Yayın Birliği
ILO International Labor Organisation / Uluslararası İş Örgütü

Inc. Incorporation
INTELSAT International Satellite
IPTV Internet Protocol Television
ITU International Telecommunication Union
İTÜ İstanbul Teknik Üniversitesi
ITV Independent Television
İLEF İletişim Fakültesi (Ank. Univ.)
İng. İngilizce
İÜ İstanbul Üniversitesi
K. Ame. Kuzey Amerika
KD Kısa Dalga
km. kilometre
kw. kilowatt
LF Low Frequency
LCD Liquid Crystal Display
Ltd. limited
LW Long Wave
MAC Multiplexed Analog Components
MDÜ Merkezi Dağıtım Ünitesi
MEB Milli Eğitim Bakanlığı
MF Middle Frequency
MHP Milliyetçi Hareket Partisi
Mhz. Megahertz
M.Ö. Milattan Önce
M.S.R. Meteorolojinin Sesi Radyosu
MUSE Multiple Sub-Nyguit Sampling Encoding
NBC National Broadcasting Commission
NET National Educational Television
NHK Nippon Hossa Kyokai
NTSC National Television System Committe
OD Orta Dalga
ORT Organisation International de Television
OIRT Organisation International de Radio Television
OTI Organization de Television Ibero Americana
PAL Phase Alternation Line

PBS Public Broadcasting System
Prof. Profesör
Prof. Dr. Profesör Doktor
PTT Posta, Telefon, Telgraf Kurumu
RATEM Radyo Televizyon Meslek Birliği
RF Radyo Frekans
RİAK Radyo İzleyicisi Araştırma Komitesi
RS Rusya'nın Sesi Radyosu
RTL Plus Radio Television Luxemburg
RTÜK Radyo Televizyon Üst Kurulu
RTYK Radyo Televizyon Yüksek Kurulu
s. sayfa
sat. Satellite
Sat-Com Satellite Communication
SBF Siyasal Bilgiler Fakültesi
SECAM Sequential Couleur A Memoire
SHP Sosyal Demokrat Halkçı Parti
SINPO Signal Strength, Interference Static Noise Propaganda Disturbance, Overall
SSCB Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
STB Set Top Box
şir. şirket
T. Türkiye
TAM Television Audience Measurement
TBMM Türkiye Büyük Millet Meclisi
T-DAB Terresterial Digital Audio Broadcasting
Tele 5 Television 5 (Fransa)
TGM Telsiz Genel Müdürlüğü
TGRT Türkiye Gazetesi Radyo ve Televizyonu
TİAK Televizyon İzleyici Araştırma Komitesi
TMSF Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TODAİE Türkiye Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü
TRT Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TRT FM Türkiye Radyo Televizyon Frekans Modülasyon
TRT INT. Türkiye Radyo Televizyon Uluslararası Yayın

TSE Türk Stardartlar Enstitüsü
TSF Compange General Française de Telegraphie sans Fil
TTTAŞ Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi
TÜİK Türkiye İstatistik Kurumu / DİE (eski)
TÜRKSAT Türk Uydusu
TV. Televison / Televizyon
TVRO Televison Reciever Only
TVYD Televizyon Yayıncıları Derneği
t.y. tarih yok
UD Uzun Dalga
UER Union Europeenne de Radio et Television
UHF Ultra High Frequency
UNESCO United Nation Education Science and Culturel Organization
URTNA Union de Radio et Television National d'Afrique
USA United States of America
USW Ultra Short Wave
VCD Video Compact Disc
VHF Very High Frequency
WHO World Health Organisation
vb. ve bu gibi
vd. ve devamı/diğerleri
VOA Voice of America/Amerika'nın Sesi Radyosu
WRTH World Radio Television Handbook
y.y. yer yok

GİRİŞ

20. yüzyılın ikinci yarısından sonra iletişim teknolojisinde meydana gelen hızlı gelişmeler, yüzyılın "bilgi toplumu" ya da "enformasyon toplumu" kavramları ile adlandırılmasına neden olmuştur. İletişim teknolojisindeki gelişmeler ise, en yoğun olarak elektronik teknolojisinin gelişmesi ile kendini göstermiştir. 20. Yüzyılın başlarında elektromanyetik dalgaları, iletişim amacı ile önce kişiler ve kurumlar arasında, sonraları ise radyo ve televizyon yayınları aracılığı ile kitlelere yönelik mesaj aktarımında kullanılmaya başlanmıştır. Yüzyılın ikinci yarısından sonra bu teknolojilerdeki hızlı gelişmeler, hem bu araçların kullanılmasını yaygınlaştırmış, zenginleştirmiş hem de bu teknolojinin kullanıldığı yeni elektronik kitlesel iletişim olanaklarını toplum hizmetine sunmuştur.

Elektronik yayıncılık kavramı, elektromanyetik dalgalarla radyo ve televizyon tekniğini kullanarak kitlelere yapılan yayınları kapsar. 20. yüzyılın ürünleri olan bu araçların tarihini, tekniğini, gelişimlerini, bu araçlarla yapılan yayınların özelliklerini, yönetim türlerini, bu yayınlar aracılığıyla verilen iletilerin (mesajların) özelliklerini, topluma olan etkileri ve ülkemizdeki durumuyla ilgili geniş bilgilere geçmeden önce, elektronik kitle iletişim araçlarının içinde yer aldığı "iletişim" ve "kitle iletişim" olgu ve süreci ve özelliklerinden genel olarak söz etmek gerekir.

BÖLÜM 1:

İLETİŞİM, KİTLE İLETİŞİMİ VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

İletişim (haberleşme) [Communication (İng./ Fr.), (Kommunikation (Alm.)], insanlığın var olması ile ortaya çıkan bir gereksinmedir. İletişimin geçmişi insanlık tarihi ile başlar. İlkel insanın tüm gereksinmelerini karşılamakta kullanılan ilkel yöntemler, iletişim gereksinimini karşılamak, gidermek için de kullanılmıştır. İlkel insanın mağara duvarlarına çizdiği resimler, Kızılderililerin ateş yakarak çıkardıkları dumanlar, Afrika yerlilerinin tam-tam sesleri ile yapmak istedikleri, iletişimden başka bir şey değildir. Günümüzde, gelişmiş toplumlarda iletişim gereksinimi ise, gelişen teknolojinin ürünleri olan mektup, telefon, telgraf, teleks, faks, gazete, dergi, kitap, radyo, televizyon, sinema, film, tiyatro, resim, teyp, plak, kaset, kompakt-disk, video, videobant, video-kaset, VCD, DVD, Ipod, uydu, bilgisayar ağları (Internet) ve bu gibi araçlarla sağlanmaktadır.

İletişim, toplumsal süreçte temel olarak alınan olgulardan biridir. İletişim aracılığı ile insan, bireysel varlığını ve toplumsal ilişkilerini sürdürür. İletişim simgelerini ve eylemlerini kullanma yeteneğinden yoksun bireyin, toplumun dışına itilmesi, yalnız kalması söz konusudur.

1. İletişimin Tanımı ve Öğeleri

İletişime ilişkin tanımların sayısı 200 dolayındadır. **E.X. Dance** ve **Carl E. Larson** 1972'de iletişim alanındaki yapılan tüm tanımları taramışlar ve 126 değişik tanım bulmuşlardır. Bu tanımlardan örnekler verelim:

- "İletişim bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin, vb.nin simgeler kullanılarak iletilmesidir" (Berelson ve Steiner).

- “İletişim anlam arama çabasıdır; insanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinmelerini karşılayacak şekilde uyarıları ayırt etme ve örgütlenmeye çalıştığı yaratıcı bir edimdir” (Barn-Lund).
- “İletişim esas olarak simgeler aracılığıyla bir kişiden ya da gruptan diğerine (veya diğerlerine) bilginin, fikirlerin, tutumların veya duyguların iletimidir” (Theodorson ve Theodorson).
- “İletişim mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal etkileşimdir” (Gerbner).
- “İletişim, katılanların bilgi yaratarak, karşılıklı bir anlamaya ulaşmak amacıyla bu bilgiyi birbirleriyle paylaştıkları bir süreçtir” (Rogers ve Kinciad).
- ‘İletişim, sayesinde dünyayı anlamlı kıldığımız ve bu anlamı başkalarıyla paylaştığımız insani bir süreçtir” (Masterson, Beebe ve Watson).
- “İletişim, insanların kolektif olarak toplumsal gerçekliği yaratıp düzenledikleri süreçtir” (Trenholm ve Jensen).
- “İletişim, insanların birbirleri ile olgu değiş tokuşta bulunduğu geniş bir alandır” (Redfield).
- “İletişim, semboller (simgeler), işaret, resim, plastik, sözel veya herhangi bir şekilde yapılan bir değiş tokuştur” (Berlo).
- Dance, bu tanımların ortak noktalarını alarak 15 grupta toplamıştır. Bu ölçütler iletişim, olgu ve sürecinin farklı disiplinlerde yapılan tanımlarının da ortak noktaları olarak şöyle sıralanmaktadır:
- İletişimin simge, işaret ya da konuşma dili olarak alınması;
- İletişimin, hedefin verilen mesajı anlaması, algılaması olarak alınması;
- İletişimin, gönderici ile alıcı arasında karşılıklı etkileşim, ilişki olarak alınması;
- İletişimin, gönderici ve alıcının birbirlerine uyumlaşması, belirsizliğin aza indirilmesi olarak alınması;
- İletişimin, dinamik bir süreç olarak alınması;
- İletişimin, gönderici ile alıcının zamansal ve mekansal aktarımı, değişmesi olarak alınması;
- İletişimin, iletişimde bulunanları bağlama, birleştirme ya da köprü olarak alınması;

- İletişimin, bu olguya katılanlar arasında ortaklık olarak alınması; iletişimde kullanılan kanalların oranı ve süresinin öne çıkarılması;
- İletişimin, aktarılan bilgilerin bellekte depolanması, yeniden kullanılması olarak alınması;
- İletişimin alıcı tarafından seçici ilgisi ve yorumlanması olarak alınması;
- İletişimin, alıcı için bir uyarıcı olarak alınması;
- İletişimin, gönderenin amacını gerçekleştirmek için yapılan bir faaliyet olarak alınması;
- İletişimin yapıldığı zaman ve duruma göre alınması;
- İletişimin -özellikle kitle iletişiminin-, alıcıyı etkilemede önemli bir güç olarak alınması.[1]

Görüleceği üzere, bu gruplandırmalarda farklı disiplinler ve o disiplinlerin farklı yaklaşımları vardır. Yapılan bu gruplandırmalar çeşitli disiplinler ve yaklaşımlar açısından daha da sınırlandırılabilir. Bu tanımlar içerisinde toplumbilimsel (sosyolojik) tanımlar sayıca daha fazladır.

- **Toplumbilimsel açıdan iletişim:**
  - Yapısal açıdan ele alındığında ‘gönderici’, ‘alıcı’ ve ‘ileti’;
  - Kaynak açısından bakıldığında “mesajın (iletinin) yapımı, üretimi”,
  - Kanal olarak bakıldığında ise “işaret aktarımı” olarak alınmaktadır.
- **Sosyal psikolojik açıdan iletişim;** işlevsel olarak ele alındığında iletişim, *‘kodlama ve açımlama”*; niyet açısından bakıldığında ise *“açıklama ve amaç”* olarak tanımlanmaktadır.
- **Ruhbilimsel (psikolojik) açıdan iletişim;** *“anlamların taşınması”* (Newcomb) olarak tanımlanmaktadır (Barnlund, 1975).

“İletişim” sözcüğü ile ilgili değişik tanımların varlığına bakarak, bu konuda tek bir tanım yapılamayacağını söylemek de yanlış olacaktır. Farklı yaklaşımlarla yapılan bu tanımlardan çıkarılabilecek ortak noktalar bulunarak genel bir tanıma varılabilir.

---

1 Geniş bilgi için bkz. Erol Mutlu (1995); Konca Yumlu (1990), Sean MacBRIDE (et.al.,) 1980. Eserin Türkçe çevirisi bkz. Sean Mac Bride (1993) (çev., Ertuğrul Özkök vd.).

İletişim, *"belirli araçlar kullanarak, bilgi, düşünce ve tutumların karşılıklı aktarılması"* olarak tanımlanabilir. Burada önemli nokta, bir *'ileti'*nin bulunması ve bunun *'iletilmesi'*dir. Bu tanımdan hareket ederek, günlük yaşantımızın bir parçası olan mektup, telefon, faks gibi araçlar ile en ileri teknolojinin ürünleri olan uydular aracılığı ile yapılan "telekomünikasyon" türü iletişim, İnternet yolu ile yapılan iletişim de "iletişim" olgusu içine alınabilir.

1.2 İletişim Olgu ve Süreci

İletişim olgusu değişik ortamlarda, değişik amaçlarla meydana gelen bir mesaj aktarımıdır. Bu olguyu yaratan ise farklı özellikleri olan öğeler (unsurlar) dir. Bu öğelerin bir araya gelmesi iletişimi oluşturur. İletişim olgusu, bir anlık değildir, bir başka deyişle, biranda olup bitmez, bir süreç içerisinde oluşur. Bu süreçte, farklı öğeler yer alır. Bu öğelerin farklı özellikleri ise iletişimin türlerini ortaya çıkarır. İletişimin bu farklı özelliklerine geçmeden önce, iletişim olgu ve sürecinde değişmez olarak kabul edilen bu temel öğelerin açıklanması gerekir:

İletişim olgusunda temel olarak beş öğe vardır:

- Verici (sender - communicator)
- Alıcı (hedef) (receiver)
- Mesaj/ileti (message)
- Kanal /araç (channel)
- Geribildirim (feedback)

- Verici (gönderici, iletici, kaynak)

Her iletişim olgusunda, iletiyi (mesajı) "gönderen" bir kişi, küme, topluluk ya da kurum ve kuruluş (lar) vardır. İletinin ilk çıktığı yer olması açısından bu öğe aynı zamanda iletişimi başlatan "kaynak" durumundadır. Bu kaynak mesaj ilettiği için aynı zamanda "iletici" olarak da adlandırılır. Kaynak ya da iletici kimi kez gerçek kişi olabildiği gibi, kimi kez bir gazete, bir radyo ya da televizyon gibi bir kanal da olabilir. Bu durumda ileticinin, insan olarak bir göndericinin sesi, görüntüsü, hareketleri olmakla birlikte bu kişinin gerçek kişi olarak değil, kurumlaşmış kişilik olarak görülmesi, algılanması gerekir.

- Alıcı (hedef):

Her iletişim olgusunda göndericinin (kaynağın) iletinin (mesajın) hedefi olarak seçtiği ise bir "alıcı"dır. Alıcı tek birey olabileceği gibi, küme, topluluk(lar) ya da kurum ve kuruluş(lar) olabilir. Alıcı ya da hedef olmadan iletişimden söz etmek olanaksızdır. Çünkü kaynağın gönderdiği mesajın hedefe bilgi aktarımı, hedefte tutum ve davranış değişikliği yapması gibi amacı vardır.

- Mesaj/ileti:

Verici ve alıcı arasında aktarılan bir mesaj (ileti) olması gerekir. İletişim olgusunun varlığı bu iletinin aktarılmasıdır. Aktarılacak, iletilecek bir şey olmadığı takdirde iletişim olgusu da gerçekleşemez. Bu mesajın içerisinde yalın bir ileti olabileceği gibi sayıca çok ya da karmaşık yapıda iletiler de olabilir.

- Kanal / araç:

İletişim olgusunun dördüncü öğesi, iletinin aktarılmasında izlenecek yol, yöntem ya da kanal, araçtır. Bu kanalın, aracın niteliği ise iletişimin türünü belirler. Söz gelişi, mesaj aktarımında kullanılan araç radyo ve televizyon ise, mesajın niteliği ve niceliği de değişir. Kuşkusuz buna bağlı olarak hedef (alıcı) da farklılık gösterecektir.

- Geribildirim

İletişim olgu ve sürecinde, iletişimin tam olarak oluşabilmesi için gereken beşinci özellik, alıcının mesaja olan tepkisinin vericinin (kaynağın) öğrenmesi ile ilgilidir. Bu özelliğin bulunmaması durumunda, iletişimin tek yönlü olarak aktarılmasından söz edilebilir. Ancak, mesajın alınıp alınmadığı, derecesi, bu mesaja olan tepki bilinemez. İletişim olgusunun varlığı, geribeslem (feedback) öğesinin bulunmasıyla tam olarak oluşur. Bu bakımdan beş öğenin ilk dördü (verici, alıcı, ileti ve kanal) bir iletişimin oluşması için zorunlu olan öğeler iken, beşinci öğe (geribeslem), etkili bir iletişim için gerekli olan bir öğedir.

1.3 İletişim Türleri

İletişim olgu ve sürecinde, temel dört öğenin (verici, alıcı, kanal, mesaj) nitelikleri, özellikleri iletişim türlerini belirler. İletişim olgu ve sürecinde göndericinin amacı,

vereceği iletinin türü, alıcının nitelikleri gibi özellikler de bu iletilerin nasıl verileceğini belirler. Örneğin iki kişi arasındaki bir iletişim olgu ve sürecinde gönderici ve alıcının konumları, olanakları ve iletinin özelliği, amacı iletişimin türünü belirleyecektir. Aynı ortamda bulunan iki kişinin birbiri ile olan iletişimi, büyük bir olasılıkla yüz yüze, söz ve hareketlerle olacaktır. Bir kurumun geniş kitlelere bir mesaj aktarımında kullanacağı yol ya da kanalın ise bu kitleye ulaşabilecek nitelikte, özellikte olması gerekir.

1.3.1 Sözlü - Yazılı - Sözlü Olmayan İletişim

İletişim olgu ve sürecinde iletinin sözlü, yazılı ya da sözlü olmayan yollarla yapılıp, yapılmamasına bakılarak türlere ayrılır. Gerçekte bu ayrım, iletişim türleri ile ilgili kümelendirmede ilk yapılan kümelendirmedir. Bu kümelendirme temel alınarak iletişim alanında pek çok kuram geliştirilmiştir.

Ø **Sözlü iletişim (verbal communication)**

Gönderici ile alıcı arasındaki iletişimin sözle yapıldığı iletişim türüdür. İnsanlığın varoluşu ile başlayan en eski iletişim türlerindendir. Sözle, konuşarak yapılan iletişimdir. Bu tür bir iletişimde, öncelikle iletinin aktarıldığı, ortak bir dilin geliştirilmiş olması gerekir. Ülkelerin, toplumların kullandığı farklı diller, bir toplumun alt kültürlerindeki dil farklılıkları da yine sözlü iletişimi belirleyen özelliklerdir.

Ø **Yazılı iletişim (written communication)**

Gönderici ile alıcı arasındaki iletişimin yazı ile yapılmasıdır. Bu tanıma, yazılı olarak yapılan iletişim yanında, ilkel insanların mağara duvarlarına yaptıkları şekiller de girmektedir.

Yazılı iletişimin tarihçesi M.Ö. 4000 yılında kullanılmaya başlanan eski Mısır'daki hiyeroglif yazısına kadar gider. Bu tür iletişim, bireysel iletişimlerde kullanılmakla birlikte, yaygın olarak kullanılması, bireylerin yüz yüze olmadığı ortamlarda ve özellikle kurumsal yazışmalarda, belgesel nitelikteki iletişim tiplerinde yoğun olarak kullanılır.

Ø **Sözsüz (sözlü olmayan) iletişim (non-verbal communication)**

Göndericinin duygu, düşünce ve isteklerini el, kol ve yüz hareketleri ile aktardığı iletişim türüdür. Bu tür iletişimde ne söz ne yazı kullanılır. Tarihsel geçmişi

içerisinde, dilin gelişmesinin daha sonraları olduğu dikkate alınırsa, bu tür iletişimin en eski iletişim türü olduğu kabul edilir. Bu tür iletişim, doğrudan ileti aktarmak amacı ile kullanıldığı gibi, yaygın kullanımı, sözlü iletişime destek vermek amacı ile kullanılmasıdır. İşitme ve konuşma özürlülerin kullandığı iletişim türü ile[1] bir gösteri sanatı olan "pantomim" ile yapılan iletişim, sözlü olmayan iletişimin kendine özgü simgeleri, işaretleri ile yapılan iletişim türüdür

1.3.2 Yüz yüze-Araçlı İletişim

İletişim ile ilgili olarak yapılan başka bir kümelendirme, iletişimin bireyler arasında yüz yüze ya da uzaktan yapılıp yapılmadığının ölçüt alınarak yapılan kümelendirmedir. İletişimde bulunan bireyler ya birbirlerini görerek iletişimde bulunurlar -ki buna *"yüz yüze iletişim"* denilmektedir- ya da birbirlerini görmeyerek, uzaktan, uygun araçlar kullanarak *"uzaktan iletişim"* de bulunurlar.

- Ø *Yüz yüze iletişim,* iletişimde bulunan alıcı ile vericinin birbirlerini gördükleri, aynı mekânda bulunarak sözle ve beden dili ile yaptıkları iletişim türüdür. Sözlü iletişim kadar eskidir ve onunla başlamıştır denebilir. Bu iletişim türü diğer iletişim türlerine göre en etkili iletişim türü olarak nitelenebilir. Çünkü verilen mesajın geribeslemi anında alınabilir.
- Ø *Araçlı ya da yüz yüze olmayan, uzaktan iletişim*; iletişim teknolojisinin gelişmesine bağlı olarak, farklı araçların kullanılanımlasın ile yapılan iletişim türüdür. Kızılderililerin dumanla haberleşmeleri, Afrika'daki tam tam sesleri ile yapılan iletişim, uzaktan iletişimin ilkel durumuna örnek olarak verilebilir. Yazının bulunması ile mektup, teknolojinin gelişmesi ile telgraf, telefon, teleks, faks, telsiz, radyo, televizyon, film, plak, ses ve görüntü bantları, ses ve görüntü diskleri, uydu yolu ile iletişim, fotoğraf, en son teknoloji olarak Internet gibi iletişim araçları kullanılarak yapılan iletişim bu tür iletişime girmektedir. İletişim türleri içerisinde en etkili iletişim türü olarak elektronik kitle iletişim araçları ile yapılan iletişim de uzaktan araçlı iletişim kümelendirmesine girmektedir.

1.3.3 İletişimin Yönüne Göre İletişim

İletişim olgusu, iletinin kimler arasında, hangi amaçlarla ve hangi yönde gönderildiğine bağlı olarak da kümelendirilmektedir. Özellikle bu tür iletişim kümelendirilmesi,

kurumsal iletişim kalıplarında uygulama olanağı bulduğu için önemlidir. Kurumlarda, kendi iç iletişimlerinin sağlanması, dışarı ile (halkla ilişkiler olgusunda) iletişim sağlanmasındaki özellikler, farklılıklar bu tür bir kümelendirmeyi belirlemektedir. Çok kısa olarak belirtmek gerekirse, bu tür iletişim kalıpları “zincirleme”, “Y”, “tekerlek”, “dairesel” ve “çok yönlü” iletişim kalıpları olarak kümelendirilmektedir. Burada temel ölçüt, iletişimin hiyerarşik ya da eşit koşullarda, demokratik bir ortam içerisinde yapılıp yapılmadığı hususudur.[2]

1.3.4 Soğuk-Sıcak Araçlarla Yapılan İletişim

Ünlü Kanadalı toplumbilimci ***Marshall McLuhan***, iletişim araçlarını -kitle iletişim araçlarını da kapsayarak- sıcak ve soğuk olarak ikiye ayırmaktadır. O’na göre, radyo bir sıcak iletişim aracı, telefon ise soğuk bir iletişim aracıdır. Sıcak iletişim aracı, bireyin tek duyusuna yüksek *düzeyde* seslenir, genişletir, derinleştirir. Sıcak aracın ‘yüksek tanımlanması’ vardır ve bireyin katılma payı çok azdır. Verilen ileti tüm olarak tek başına iletiyi yüksek düzeyde verir ve alıcının fazla katılımını gerektirmez. Örneğin, yalnızca kulak duyusuna seslenen radyo yayınları, fotoğraf, sinema sıcak araçlar içerisindedir.

McLuhan’ın soğuk araç olarak tanımladığı araçlar ise, birden fazla duyuya seslenmede olabileceği gibi mesajın tanımlanması düşük düzeyde tanımlanmayı gerektirir ve izleyenin ya da iletiyi alanın katılması yüksektir. Mesajın tamamlanması için alıcının, izleyenin oldukça yüksek düzeyde katılması gerekir. Bir çizgi romanın (cartoon) düşük tanımı vardır. Çünkü yalnızca biraz görsel bilgi sağlanır. Aynı biçimde telefonla yapılan iletide yalnızca kulak duyusuna seslenen sınırlı bir bilgi vardır ve daha iyi bir ileti almak için katılma gerekir. Karşılıklı konuşmada da aynı durum söz konusudur, izleyenin iletinin tüm olarak anlaşılması için çok şey katması gerekir. McLuhan telefonu, televizyonu, çizgi romanları soğuk iletişim araçları olarak tanımlamaktadır. Kuşkusuz, bu tür bir ayırım sonucu farklı araçlardan, kanallardan gelen iletinin etkileri de farklı olacaktır.[3]

1.4 Kitle İletişimi Olgu ve Süreci

Tarih boyunca insanlık, anında kitlelerle iletişim sağlama yollarını aramıştır. Eski Atina’da bir konuşmacının, bir platformda durarak aynı yerdeki tüm insanlara

2 Konu ile ilgili geniş bilgi için bkz. Aziz (2012), İletişime Giriş…sh.155-161.
3 McLuhan’ın görüşleri ile geniş bilgi için bkz. Marshall McLuhan (1971), Marshall McLuhan (1967), Casty (1972), s. 46-47.

seslenmesi, Kızılderilerin duman yolu ile iletişim de bulunma yöntemleri, geniş insan kitleleri arasında anında iletişim kurma çabaları olarak çok önemli yer tutar. Ancak, çağımıza gelinceye dek anında, tüm kitleye seslenen iletişim araçları bulunamamıştır. 20. yüzyılda, gelişen teknolojinin de katkısı ile dünyada bulunan herkese bir köy, bir kasaba, bir kent gibi ulaşmak olanağı bulunmuştur. Kitlesel iletişim, önceki etkinliğini ve önemini 20 yüzyılda ve çağımızdaki teknolojik gelişmelerin yardımı ile yine kazanmıştır.

"Kitle iletişimi" [(Mass Communication (İng.), Communication de Masse (Fr.), Massen-kommunikation (Alm.)] "İletişim" (haberleşme) olgusunda çeşitli ve karmaşık olarak kullanılan teknikler yelpazesinde yer alan küçük, ancak önemli bir kesimdir. İletişim olgusu ilk insanın dünyada yaşamaya başlamasıyla ve kişinin doğumuyla başlayan bir olgu ve süreç olmasına karşılık, kitlesel iletişim ve onun bir kısmını oluşturan radyo ve televizyon yayınları çok daha farklı zamanlarda başlayan bir olgudur.

Kitle iletişimi, *"bilgi, düşünce ve tutumların büyük ve dağınık bir kitleye, bu amaç için geliştirilmiş araçlarla iletilmesi"* olarak tanımlanabilir.

Kitle iletişimi gerek iletişimi verenler ve seslendiği kişiler, gerek iletişimin gönderildiği kanallar ve gerekse ilettiği mesajın niteliği, içeriği ve sayısı gibi yönlerden genel "iletişim" olgu ve sürecinden farklılık gösterir.

1.5 İletişim – Kitle İletişim Farklılığı

Kitle iletişimi yapısal olarak ele alındığında, iletişim sürecinde yer alan öğelerin kitle iletişim olgu sürecinde de yer almasına karşılık, aralarında bazı yönlerden farklılıklar vardır.

- Göndericide farklılık: Kitle iletişiminde iletiyi gönderen bir kurum (haberleşme örgütü) ya da kurumlaşmış kişidir, örneğin bu kurum, bir gazete, bir yayın şebekesi ya da istasyonu, bir film şirketi ya da bir yayınevi olabilir. Kurumlaşmış kişi olarak ise gazetenin makale yazarı, televizyonda yayınlanan açık oturum yöneticisi gösterilebilir.
- Alıcıda farklılık: Kitle iletişiminin seslendiği alıcı, bireydir. Gazete okuyan, radyo ve televizyonu izleyen, sinemaya giden tek tek bireyler kitle iletişiminde alıcı durumundadır. Ancak bu bireysellik, iletişimden, yüz yüze iletişimden farklılık gösterir. Çünkü alıcının iletiye (mesaja) olan tepkisi

gönderici tarafından hemen alınamaz, hatta bazı durumlarda hiç alınamaz. "Geribeslem" (feedback) denilen bu durum, bireyler arasındaki iletişimde kolayca görülebilir; iletişimdeki yüz yüze iletişimdeki alınan iletiye karşılık yapılan el-yüz hareketleri, konuşma gibi tepkiler bu geribeslem gösterir. Oysa kitle iletişiminde gösterilen tepki anında değil, ancak mektup, telefon, faks yolu ile tepkide bulunma ya da o yayını izlememe, sinemaya gitmeme biçiminde kendini gösterebilir. Kitle iletişim araçlarının etkinliğini ölçmeyle ilgili izleyici araştırmaları da bu eksikliği giderme amacını güder (bkz.12. Bölüm).

- İletide farklılık: İletişim ile kitle iletişiminde verilen mesajların nicelik ve nitelik yönünden farkı vardır.

ü *Nicelik yönünden* bu fark, kitle iletişiminde mesaj sayısının çok fazla olması ile kendini göstermektedir. Kitle iletişiminde sürekli bir mesaj (ileti) girdi çıktısı vardır. Haber örgütüne binlerce mesaj gelir ve çıkar.

ü *Nitelik yönünden* de kitle iletişimindeki ileti ile iletişimdeki ya da yüz yüze iletişimdeki ileti arasında fark vardır. Kitle iletişiminde verilen herhangi bir ileti bir program içerisinde dizgeli (sistemli) ve sürekli olarak verilir. Oysa genel iletişim olgusunda bu tür program, plan ve dizge söz konusu değildir. Belirli bir hizmeti görmek amacıyla gerektiğinde yapılır.

ü *İnandırıcılık yönünden* de fark vardır. Kitle iletişim araçları ile verilen ileti içeriğinin, kurumsal olarak gelmesi, sürekli olması gibi nedenlerden ötürü daha güven verici, inandırıcı hatta ikna edici bir özelliği vardır. Bir bakıma bu özellik ya da yüz yüze iletişime göre bu farklılık, bu araçların yaşama nedenleridir. Hangi sistem ile yönetilirlerse yönetilsinler kitle iletişim araçlarının yayın yaşamlarını sürdürmeleri, büyük ölçüde verdikleri iletinin doğru, güven verici olmasına bağlıdır.

ü *İletinin içeriği yönünden* fark vardır. Kitle iletişimindeki iletilerin sayısı çoktur ve çok değişik konuları kapsar.

Daha sonra üzerinde durulacak olan kitle iletişim araçlarının işlevlerinin çok farklı olması, bu farklı işlevleri yerine getirmek üzere farklı konudaki, içerikteki iletilerin gönderilmesine neden olmaktadır. Her kitle iletişim aracı sesleneceği kitlenin özelliklerine, gereksinim ve beğenilerine göre her konudaki iletişime yer vermek durumundadır.

İletişim ile onun içinden çıkan kitle iletişim arasındaki bu yapısal farklılıklardan sonra her ikisi arasında şu genel farklılıklara değinmek gerekir.

- Kitle iletişiminde iletişim kişiler, bireyler arasında değil bir toplum İçerisinde; aynı yapıda, türdeş olmayan ve kesin olarak tek tek özellikleri bilinmeyen (anonim) bir kitleye, bir yerden bu iş için geliştirilmiş araçlar yolu ile yapılır.
- Kitlesel iletişim sırasında, iletiyi alan ile veren arasında çok genel ilişkiler dışında (para ile gazete alma ya da abone olma, radyo-televizyon alıcısına sahip olma ya da sinema bileti alma gibi) herhangi bir ilişki söz konusu değildir.

1.6 Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları *[Mass Media (İng.), Les Moyens de Communication de Masse (Fr.), Massenkommunikationmittel (Alm.)],* kitle iletişiminin yapıldığı araçlar topluluğunu kapsamaktadır. Bu kapsama, tarihsel açıdan bakıldığında tiyatro, gazete, kitap, dergi, broşür gibi yazılı basın, sinema, film, radyo, televizyon, plak, kaset, videokaset, kompakt-disk gibi iletişim teknolojisindeki gelişmelerin ürünü olan araçlar girmektedir. Bu araçların farklı özellikleri olmasına karşılık tek önemli ortak özellikleri, verilen iletiyi çoğaltmalarıdır. Bu bakımdan bu araçlara *'mesaj çoğaltıcıları'* (massage multipliers) da denilmektedir.

Bu araçların ortaya çıkışları birbirlerinden farklı zamanlarda olmasına karşılık, asıl geniş çapta kitlesel önemlerini kazanmaları 20. yüzyılda olmuştur. Bu araçlardan yararlanma toplumdan topluma, ülkeden ülkeye değişmektedir. Bu değişikliği belirleyen en önemli ölçüt (kriter) ise o ülkenin, toplumun siyasal, toplumsal ve ekonomik koşullarıdır. Bir bakıma bu araçların işlevlerini de bu koşullar belirler, çerçeveler (Wright, 1959).[4]

4 Kitle iletişim araçlarının bu işlevlerine ve verilen iletinin etkinliği ile ilgili konulara, radyo ve televizyonun işlevleri ve etkileriyle ilgili bölümlerde yer verilecektir.

BÖLÜM 2:

RADYO VE TELEVİZYON YAYINLARI

Radyo ve televizyon, kitle iletişim araçları içerisinde elektronik olarak hizmet veren araçlardır. Denilebilir ki, kitle iletişiminin önem kazanması, hatta bu konunun bir bilim dalı durumuna gelmesi, özellikle radyo ve televizyon yayınlarının topluma hizmet vermesi ile daha doğrusu iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanmasından sonra olmuştur.

2.1 Tanımlar

Radyo ve televizyon teknik buluşlarının topluma olan etkisi, çeşitli nitelikleri, bu iki aracın kendine özgü özelliklerinin daha iyi anlaşılabilmesi için bu iki aracın tanımlarının yapılması gerekir. Önce, radyo ve televizyon sözcüklerinin her ikisini kapsayan "yayın" sözcüğünün tanımını yapalım.

Yayın *[Broadcasting (İng.) - Radiodiffusion (Fr.) -Rundfunk (Alm.)]*: Ses ve görüntünün elektromanyetik dalgalar aracılığı ile belirli bir yerden vericiye verilmesi, oradan da bu amaçla geliştirilmiş özel alıcılar yolu ile topluma (bireylere) aktarılmasıdır.

"Yayın" sözcüğünü, aynı teknikten yararlanılarak yapılan uzak iletişimi - telekomünikasyon (telecommunication) ya da radyo iletişimi - radyokomünikasyondan (radiocommunication) ayırmak gerekir. Çünkü her ne kadar bu tür haberleşmede elektromanyetik dalgalar kullanılmakta ise de, verilen iletinin kitleye değil, belirli amaçlarla belirli kişiye aktarılması asıldır. Ancak, ses ve görüntünün elektromanyetik dalgalar aracılığı ile aktarılması her zaman "yayın" anlamına gelmemektedir. Aynı tekniklerden yararlanılarak yapılan bu iletişimde belirgin şu üç özellik vardır:

- Uzak iletişimde belirli bir hizmetin bir kişiye aktarılması söz konusu olup, veren kadar alan kişi de bellidir. Belirgin bir örnek olarak çeşitli amaçlarla kullanılan telsiz yayınları verilebilir.
- Uzak iletişimde verilen bir haberdir, bir hizmettir; yayında olduğu gibi bir program niteliği taşımaz.
- Uzak iletişimde zaman yönünden süreklilik yoktur. Hizmetin gerektirdiği durum ve zamanda iletişim yapılır. Oysa kitlesel iletişimde zaman yönünden sürekli bir iletişim söz konusudur.

Yayın için yapılan bu genel tanımlamadan sonra, radyo ve televizyon yayınlarının tanımları şöyle yapılabilir:

Radyo yayını *(radio broadcasting (İng.), radio diffussion (Fr.), hörren (Alm.)* Elektromanyetik dalgalar (Hertz dalgaları) enerjisi aracılığı ile bir olayın, bir iletinin (söz-müzik) topluma ses yolu ile aktarılmasıdır. Bir başka deyişle, kulakla duyulamayan sinyallerin radyo frekansları aracılığı ile boşlukta yayılması ve bu sinyallerin, bu amaç için geliştirilmiş özel alıcılar (radyo alıcıları) aracılığı ile bireylerce alınması, dinlenmesidir.

Televizyon yayını *[television broadcasting (İng.), television diffussion (Fr.), fernsehen (Alm.)]:* Elektromanyetik dalgalar (Hertz dalgaları) enerjisi aracılığı ile bir olayın, iletinin (söz-müzik) topluma hem ses, hem de görüntü (optik) olarak aktarılmasıdır. Bu aktarımda, boşlukta yayılan ses ve görüntü sinyalleri bu amaç için geliştirilmiş alıcılar (televizyon alıcıları) ile alınır.

Radyo ve televizyon, şimdiye değin olan açıklamalarla genellikle birlikte ele alınmasına karşılık, doğuşları yönünden aralarında 10-15 yıllık bir fark vardır. Radyonun yalnızca sese dayanan bir araç oluşu, bu tekniğin daha erken bulunmasını sağlamış; televizyon ise, radyonun ses öğesine görüntü öğesinin bulunarak katılması ile daha sonra kamu yararına sunulan bir kitle iletişim aracı olmuştur. Gerek yayın tarihleri bakımından aralarındaki bu farktan ve gerekse teknik yönden yapılan çalışma farklılığından ötürü radyo ve televizyonun bulunuşlarını ve gelişimlerini ayrı ayrı görmek gerekir.

2.2 Radyo ve Televizyon Yayınlarının Tarihsel Gelişimi

Radyo ve televizyon yayınlarının toplum yararına sunuluşu yani kitle iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanması her ne kadar aynı zamanda olmamış; radyo

yayınlarının önceden, televizyon yayınları ise 15-20 yıl kadar sonradan başlamış ise de elektronik yayıncılık konusundaki çalışmalar ilk çalışmalar çok daha eskiye uzanmaktadır. Her iki aracın ortak noktası olan elektromanyetik dalgaların varlığı; bunun ses ve görüntüyü aktarması ortak bölen olarak kabul edilebilir.

Radyo ve televizyon yayınlarının bir diğer ortak böleni ise bu buluşları yapanların Avrupalı bilim adamları olması ve bu buluşların geliştirilmesinin ise ABD'de de yapılmasıdır.

2.2.1 Radyonun Bulunuşu ve Tarihsel Gelişimi

Radyonun, elektromanyetik dalgalar aracılığı ile ses unsurunun bir program şeklinde insanlık yararına sunuluşunun henüz 85 yıllık bir geçmişi vardır. Ancak, radyo telsizinin ilk yayına başlamasının 1920'lerde olmasına karşılık, bu konuda yapılan çalışmaların çok eskiden, 1860'lı yıllarda başladığını belirtmek gerekir.

Günlük yaşantımızın bir parçası durumuna gelen radyonun iletişim aracı olarak ortaya çıkması birçok insanın çalışması sonucu olmuştur. Değişik tarihlerde, değişik ülkelerde, farklı ilim adamları radyonun bugünkü durumuna gelmesini sağlayıcı teknik buluşları yapmışlardır. Sayıları fazla olmakla birlikte radyo tekniğinin gelişmesi ve toplum hizmetine sunulmasında, dört batılı bilim adamının katkısı vardır:

- James Clerk Maxwell (İngiliz)
- Heinrich Hertz (Alman)
- Guglielmo Marconi (İtalyan)
- Lee de Forest (Fransız)

Bu isimlere daha birçokları eklenebilir, özellikle aynı buluşu bir başka ülkede, aynı tarihlerde birbirinden habersiz olarak gerçekleştiren birçok ilim adamı vardır. Bu yüzden radyo tarihçesine değinen kitap ve yazılarda ilk buluşun kimin tarafından yapıldığı konusunda zaman zaman birlik olmamakta; özellikle batılı ülkeler ve eski Sovyetler Birliği, yeni Rusya gibi ülkeler aynı tarihlerde radyonun bulunuşu ile ilgili çalışmalar yaptıklarını ileri sürmektedirler.

Radyo tekniği ile ilgili ilk teknik buluş, 1860 yılında telsizin babası diye adlandırılan İngiliz ***James Clerk MaxweII*** tarafından yapılmıştır. Maxwell ilk kez radyo (elektromanyetik) dalgalarının varlığını bulmuştur. Henüz 29 yaşında iken bu buluşunu yapan Maxwell, 1865 yılında da bu dalgaların boşlukta ışık hızına yakın

bir hızla (saniyede 186 000 mil - 300 000 km.) hareket etmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Ancak, daha çok kuramsal çalıştığından bu buluşunun kanıtlanması yoluna gitmemiştir. Maxwell'in bu buluşu, 20 yıl sonra 1885-89 yılları arasında, bugün elektromanyetik dalgalara adını veren Alman fizikçi ***Heinrich Hertz*** tarafından geliştirilmiştir. Hertz, 1886 yılında 26 yaşında iken yaptığı deneylerle Maxwell'in buluşunu, yani radyo dalgalarının varlığını ve ses titreşimlerinin elektromanyetik alanda ışık hızı ile yayıldığını kanıtlamıştır. Hertz, Maxwell'in kuramlarını kanıtladıktan sonra, elektromanyetik dalgaların uygun metal yüzeylerde yönlendirilmiş radyo dalgalarına dönüşebileceğini de bulmuştur. Aynı yıllarda İngiltere'de Liverpool Üniversitesinde ***Oliver Lodge*****,** Rusya'da Kronstadt Üniversitesi'nde ***S.A. Popoff*** gibi ilim adamları da elektromanyetik dalgaların kullanımını ilerleten çalışmalar yapmışlardır. Bu teknik buluşların yardımıyla İtalyan ***Guglielmo Marconi*** 1895 yılında ilk kez insan sesinin aktarılmasını gerçekleştirdi.

Hertz'in çalışmalarını kamuya duyurması üzerine bu konuda çok önceden İtalya'da babasının çiftliğinde deneyler yapmakta olan Marconi, bu buluştan pratik yararlar elde etmek istedi. 1896'da bir mil kadar çok kısa uzaklıklara sesi ulaştırmayı denedi. Bu deneyi başarılı olunca, derece derece uzaklığı çoğaltarak 1897 yılında İngiltere'de 55 km. kadar bir uzaklıktan sesin ulaşmasını sağladı. Marconi'nin ilk deniz aşırı deneyimleri ise 1901 ve 1902 yıllarında oldu. Cornwall (İngiltere) ile Newfoundland (ABD) arasında telsiz yoluyla ses aktarımını yaptı. Marconi'nin bu buluşları, ilk önceleri, özellikle deniz haberleşmesinde kullanılmaya başlandı. 1910 ve 1912 yıllarında batan *Republic (Cumhuriyet)* ve *Titanic* adlı gemilerde radyo telsizinin bulunması ve bunlarla gerekli haberleşmenin yapılması sonucunda daha az can kaybının oluşu, bu yeni buluşun ününü ve önemini daha da arttırdı.[5] 1906 yılında ise telsiz aracılığı yine *Marconi* tarafından müzik ve sözün, teknik deyimi ile ses dalgalarının, titreşimlerinin aktarılması gerçekleştirildi.

1907 yılında Fransız *Lee De Forest*'in "boşluk tüpü"nü *(vacuum tube)* buldu. Bu buluş, radyo ile ilgili teknik buluşlara yeni bir boyut getirdi. *"Radyonun Babası"* diye adlandırılan bu Fransız teknisyeni, buluşunu önce 1909 da Paris'de Eyfel Kulesine yerleştirdiği bir antenle denedi. Deneme yayınlar, bölgedeki Fransız askeri istasyonlarından izlenebildi. Daha sonra Amerika'ya çağrılan De Forest buluşunu orada da denedi ve başarılı sonuçlar aldı. Boşluk tüpü (vacuum tube) daha

5 1912 yılında batan "Titanic" transatlantiğinden radyo haberleşmesiyle 705 kişi kurtulmuştur. Bu konudaki yorumlarda, şöyle bir sav da ileri sürülmektedir: Eğer radyo telsizi çok etkili olarak kullanılabilmiş olsaydı, hiç can kaybı olmayabilirdi.

önce İngiliz *Ambrose Fleming'*in bulduğu radyo lambalarının geliştirilmiş şekli idi. De Forest'nin geliştirdiği sesin aktarılmasında sürekli olarak kullanılabilen bu lambaların üzerinde daha güçlü ve sürekli olması için; sonraları Almanya'da uzun çalışmalar yapılmıştır. Özellikle bugün radyo-televizyon gibi çeşitli yayın araçlarının endüstrisini kurmuş olan AEG, Siemens-Halske, Telefunken gibi firmalar bu konuda çalışmalar yapmışlardır.

Radyo teknik buluşunun ilk kez iletişim aracı olarak kullanılması önce gemiden gemiye, sonraları ise gemiden karaya olmuştur. Daha sonraları ise bu teknik buluş *"radyo telsizi",* çeşitli haberleşmelerde kullanılmaya başlanmıştır. ABD'de bu aracın hızla yayılması, konuyu düzenleyici yasaların çıkarılmasını gerektirmiş, 1910 yılında. *"Telsiz Gemi Yasası"* çıkarılarak radyo telsizi ile yapılan haberleşmeye düzenleyici kayıtlamalar getirilmiştir. Avrupa'da ise ilk düzenli telsiz kullanımı 1914 yılında Almanya'da yapılmıştır.

2.2.2 Radyo Yayınlarının İlk Yılları

Radyonun kitle iletişim aracı olarak sürekli kullanılması, kamuya seslenen söz ve müzik yayınlarını yapması 1920'li yılların başından sonradır. Ancak, bu tarihten önce, örneğin ABD'de De Forest birçok kez kısa süreli yayınlar yapmıştır. Bunlardan en önemlisi tenor Caruzo'nun New York Metropolitan Operasında verdiği konserin naklen yayımlanmasıdır. De Forest 1916 yılında Bronx'da (New York) kurduğu deneme radyo istasyonunda sürekli olmayan haberler -örneğin ABD Başkanlık seçimi ile ilgili haberler- veriyordu. 1917 yılında bu tip deneme yayınları Almanya'da da, cephede bulunan askerlere radyo yolu ile müzik yayını şeklinde yapıldı.

Sürekli ilk radyo vericisi *2* Kasım 1920 de ABD'de yayına başlamıştır[6]. 1921 yılında ABD'de düzenli yayın yapan istasyonların sayısı 4'e, Mayıs 1922'de radyo istasyonlarının sayısı hızla artarak 29'a yükselmiş, aynı yılın Aralık ayında ise bu sayı 392'ye ulaşmıştır. Aynı yıl ilk tecimsel yayın ise WEAF'de başlamıştır (Wilson, 1995).

Diğer ülkelerde de düzenli radyo yayınları gecikmemiş; 1922 yılında İngiltere'de, Fransa'da, Sovyetler Birliği'nde, 1923 yılında ise Almanya'da radyo yayınları başlamıştır. Daha sonra sırasıyla 1927 yılına kadar Arjantin, Avustralya, İtalya,

6 Westinghouse'un Pittsburg'da KDKA adlı bir istasyonda seçim haberleri ile başlayan bu yayını 500-2000 arasında değişen bir izleyici kitlesi izlemiştir. Yayınlarını akşam saatlerinde yapan bu ilk radyo istasyonu 2 yıldan fazla bir süre haber, müzik, spora yer veren programlar yayımlamıştır.

Japonya, Norveç, Yeni Zelanda, Hollanda, İsveç, İsviçre, Çekoslovakya, Güney Afrika Birliği gibi ülkelerde radyo yayınları başlamıştır.

Tekniğin bu son buluşu ile kişinin haber alma, eğlenme, hatta eğitim ve kültür gereksinmesi için evinden dışarı çıkma, bu hizmetlerin bulunduğu yere gitme zorunluluğu ortadan kalkıyor; bir radyo alıcısı ile tüm bu hizmetlerden yararlanabiliyordu.

Ancak, radyonun kitlesel iletişim aracı olarak yayına başladığı ilk yıllar, günümüzdeki gelişmiş durumundan çok uzaktı. Doğal olan bu durumda, ilk kez elektronik yolla ve alışılagelmişin dışında bir biçim ve yöntem ile topluma ulaşılmaya çalışılıyordu. Radyo yayınlarında yer alan her şey; tür ve biçim bulunarak ilk kez uygulanıyordu. Bu bakımdan ilk yayınlarda yayın türleri çok sınırlı olup, yayınlar daha çok haber ve müzik türlerinden oluşuyordu.

2.2.3 Radyo Yayınlarının Gelişmesi

Radyo yayınlarının hızlı yayılışı, izleyici kitlesinin de artmasına neden olmuştur. Radyo alıcılarının transistorlu, taşınabilir, küçük olarak yapılması da izleyici kitlenin hızla artmasına yol açmıştır.

Radyo ses bandındaki gelişmeler; daha net bir ses alınmasını sağlayan FM bandının 1935'de bulunuşu, 1955'lerde stereo yayınlarının özellikle müzik yayınlarında kullanılışı, radyonun gelişmesinde başlıca teknik gelişmeler olarak alınmaktadır. Bu teknik buluşlara yapım olanaklarındaki teknik buluşlar; ses bandının ve ses kayıt cihazlarının bulunması ve geliştirilmesi, kolay kullanılabilir hale gelmesi gibi teknik gelişmeleri de eklemek gerekir.

Zamanla radyo yayıncılığı konusunda da gelişmeler oldu; uzman elemanların yetişmesi, yeni program kalıplarının ve türlerinin bulunmasına ve yayınlarda yer almasına neden oldu. Özellikle, özel girişim elinde bulunan radyo yayınlarında bu gelişim daha hızlı olmuş, daha çok izleyici çekmek amacı ile yeni yapım teknikleri uygulanmış, programlar yapılmıştır. Örneğin, ünlü oyuncu ve sunucularla, toplumun yakından tanıdığı kişilerle program ve showların yapılması bu gelişmelerden biridir. Özel girişim elinde bulunmayan radyo yayınlarında ise haber ve eğlence yanında radyonun eğitim verme ve kültürlendirmedeki önemi etkisi de anlaşıldığından radyo yayınlarında da bu tür programlara yer verilmiştir. Zamanla radyo yayınları bu ülkelerde haber yanında eğitim ve kültür mesajları veren kitle iletişim aracı durumuna gelmiştir.

Radyo yayınlarında, program yanında teknik gelişmeler de olmuştur. Radyo verici gücünün hızla artarak, yayınların hem ülkenin tümüne, hem de dünyaya yayılması gerçekleşmiştir. İlk radyo yayınından kısa bir süre sonra, 1930'larda Asya ve Afrika'nın kimi ülkeleri dışında hemen hemen her kıtada ilk radyo istasyonları kurulmuştur. Ülke düzeyinde ise, özellikle gelişmiş endüstriyel ülkeler yayın şebekelerini kurmuşlar, bağlantı (radyolink) istasyonları aracılığı ile belirli bir yerden yapılan yayınlar ülkenin her tarafına götürülmeye çalışılmıştır.[7] İngiltere'de BBC, Fransa'da ORTF, Amerika Birleşik Devletleri'nde ABC, NBC, CBS, Japonya'da NHK, Kanada'da CBC, Avustralya'da ABC gibi şebeke (network) radyo yayınları yayın yapmaya başlamıştır. Radyo yayınların ilk yıllarından bugüne kadar geçen 80 yılı aşkın bir sürede, ilk günlerindekine göre birçok yönlerden değişme, gelişme göstermiştir. Bu gelişme verici istasyon güçlerinin artması, istasyon sayısının çoğalması, yayın gün ve saatlerinin artması, program türlerinin değişmesi gibi çeşitli yönlerde olduğu gibi bu alandaki teknik buluşlara bağlı olarak, teknik yönde de olmuştur. Ancak bu gelişmede, 2. Dünya Savaşı, radyonun kamu yararına kullanımını geciktirmiş; ülkeler, özellikle savaşa katılanlar, endüstrilerini savaş endüstrisine çevirmişlerdir. Radyo yayınlarında yeni yatırımlar yapılamamış, ancak radyo yayınları, savaşta halkın moralini düzelten ya da bozan propaganda yayınları yaparak, toplum yaşamındaki yerini ve önemini sağlamlaştırmıştır.

Radyo ses bandındaki gelişmeler; daha net bir ses alınmasını sağlayan FM bandının 1935'de bulunuşu, 1955'lerde stereo yayınlarının özellikle müzik yayınlarında kullanılışı, radyonun gelişmesinde başlıca teknik gelişmeler olarak alınmaktadır. Bu teknik buluşlara yapım olanaklarındaki teknik buluşları da -en önemlisi ses bandının, ses kayıt cihazlarını geliştirilmesi, kolay kullanılabilir hale gelmesi gibi- eklemek gerekir.

Radyo yayınlarının hızla yayılışı, dinleyici kitlesinin de artmasına neden olmuştur. Radyo alıcılarının transistorlu, taşınabilir, küçük olarak yapılması da izleyici kitlenin hızla artmasına yol açmıştır.

Radyo istasyonları genellikle ilk yayına başladığı yıllarda özel girişim ya da yarı kamusal örgütlerce yönetilmişler; daha doğrusu devletler, hükümetler bu yeni iletişim aracına hemen el uzatmaktan çekinmişler ya da bu araçların toplumları etkileme gücünü öngörememişlerdir.

7 Bu tür yayının ilki 1922 yılında New York ile Chicago arasında bir futbol karşılaşmasının verildiği yayın ile olmuştur,

Kimi araştırmacılar radyo yayınlarını, gerek istasyon sayısı, gerek verici güç ve gerekse programları yönünden üç devreye ayırırlar.

Pradalié'nin yaptığı bu gruplandırmaya göre;

- *Amatör radyoculuk çağı* (XX. yüzyılın ilk yılları – 1927)
- *Olgunluk çağı* (1927-40)
- *Radyofonik kültür çağı"* (1945-60)

2. Dünya Savaşının bitiminden sonra başlayan bu devreyi teknik gelişmeler, iyi program yapımı ve televizyon ile yarışma kapsar.

Radyo yayınlarındaki gelişmeyi ilk yıllarından bugüne kadar geçen 90 yılı aşkın bir sürede dönemlere ayıracak olursak, Pradalie'nin radyo yayınları ile ilgili olarak yaptığı gruplandırmayı, ilk radyo yayınlarının gerçek anlamında kitle iletişim aracı olarak kullanılmadığı 1920'den öncesini dışarıda bırakarak ve 2010'lu yıllara kadar getirerek geçerli olarak alabiliriz. Çünkü 1920 den önce radyo daha çok deniz iletişiminde ya da kişisel iletişimde kullanılmakta idi. Buna, düzensiz yapılan bir kaç deneme radyo yayınını da eklenebilir.

Radyo yayınlarının gelişimi 6 dönemde incelenebilir:

- **1922-1927 Dönemi:** Bu dönemde radyo çeşitli ülkelerde yayınlara başladı ve ilk denemelerini tamamladı. 1927 yılında az sayıda Afrika ve Asya kıtaları dışındaki ülkelerde radyo yayınları başlamıştı.
- **1927-1945 Dönemi:** Bu devrede radyo yayınlarında her bakımdan gelişmeler olmuştur. Pradalie'nin "olgunluk çağı" olarak adlandırdığı bu devrede, 2. Dünya Savaşının etkisi ile radyo yayınlarından propaganda amacı ile yararlanılmış; radyonun "haber" açısından önemi daha iyi anlaşılmıştır.
- **1945-1960 Dönemi:** 2. Dünya Savaşından sonraki bu devrede radyo yayınları yeni yayılmaya başlayan televizyon karşısında kendini yenilemeye çalışmış, izleyicisini kaptırmama savaşımını vermiştir.
- **1960-1980 Dönemi:** Televizyonun altın çağını sürdüğü bu devrede radyo yayınları, gerek istasyon gücünün artması, gerek alıcı sayısı, gerekse teknik gelişimin -yayın konularının fazlalığı, stereo yayınlar, alıcıların taşınma kolaylığı ve ucuzluğu gibi- etkisi ile ailenin, daha doğrusu "evin" değil, "bireyin" dostu arkadaşı durumuna gelmiş; bireyselleşmiştir.
- **1980 Sonrası Dönem:** Televizyon yayınlarının da etkilendiği bu dönemde, özellikle Avrupa ülkelerinde yayın tekellerinin kaldırılması ile

yerel radyoculuğun geliştiği ve radyoculukta çok sesliliğin olduğu dönemdir. “Canlı Yayın” anlayışı ile televizyonun veremediklerini vererek izleyici yeniden kazanılmaya çalışılmış; radyo kanalları çoğaltılarak “uzmanlaşmış radyo” türüne dönülmüştür.

- **Dijital (sayısal) Yayın dönemi:** 90’lı yıllarla birlikte teknolojik gelişmelerin radyo yayınlarını etkilediği görülmektedir. Önce bilgisayarlı program yapımı ve yayını, daha sonra ise dijital yayınlarla ve Internet üzerinden yapılan yayınlar, 2000’li yıllara damgasını vurmuştur. Bu bakımdan giderek tüm ülkelerde uygulanmaya başlanılan dijital radyo yayınları ile bu dönem “dijital yayın dönemi” olarak adlandırabilir. İçinde bulunduğumuz bu dönemde radyo eski ilgisini yeniden topladı. Kuşkusuz, yapılan bu ayırımın her ülkede aynı anda başlayıp bittiğini ya da kesin çizgilerle birbirinden ayrıldığını söylemek hatalı olacaktır. Yukarıda belirtilen ayırım, radyo yayınlarında öncülük yapan ülkelerde kalın hatları ile yapılan bir ayrımdır.

2.2.4 Radyo Verici İstasyonları Sayısal Durumu

Radyo yayınlarının gerek istasyon sayısı, gerek verici güç toplamları bakımından Kuzey Amerika —daha çok ABD— ile Avrupa ülkelerinin önde gittiklerini belirtmek gerekir.

Yayınların düzenli olarak, oldukça geniş bir kitleye seslendiği yıl olarak kabul edilen 1922 yılında ABD’de yayın yapan istasyon sayısı 30, güç toplamları ise çok azdı. 1925 yılında tüm dünyada radyo verici sayısı 600 iken, on yıl sonra 1935 yılında 1.300, 1950 yılında ise 10.000 vericiye ulaşmıştır. 1976-1977 yılı istatistiklerine göre dünyada toplam radyo verici sayısı -S.S.C.B. ve Çin Halk Cumhuriyeti dışta - 22 binden fazla idi. Giderek hızla artan radyo istasyonları sayısı yanında güç toplamı da artmış; örneğin Avrupa’da 1926 yılında 123 istasyonun güç toplamı 116 KW iken, 1939 yılında istasyon sayısı 310’a, verici güç toplamı da 9230 KW yükselmiştir. Avrupa için on yılda istasyon sayısında yüzde 7000 bir artış olmuştur (Ertuğ, 1951, s. 38).

2. Dünya Savaşından sonra radyonun savaş süresince haberleşmedeki önemi daha iyi anlaşıldığından, ülkeler bu alana olan yatırımlarını çoğaltmışlar; özellikle FM (Frekans - Modülasyon) ses bandının bulunuşu ile üstün nitelikte yayın yapan radyo istasyon sayısında büyük artış olmuştur.

Kıtalar yönünden durum incelendiğinde verici sayısı en yüksek olan kıta, özel girişim yayıncılığının olduğu Kuzey Amerika kıtası, özellikle de ABD'dir. 1970'lerde 6 bin dolayında olan radyo verici sayısı, 1980'lerin başında 11.700'e ulaşmıştır. Günümüzde ise bu sayının 13 bin dolayında olduğu tahmini yapılabilir. Kıtalar içerisinde ikinci yoğunlukta olan kıta ise Avrupa kıtasıdır. 1980'lerde 6700 dolayında radyo vericisine sahip radyo istasyonu varken, aradan geçen süre içerisinde özel yayınlara izin çıkması ile hemen hemen her ülkede özel radyo yayınları başladığından bu sayının 2 katına çıktığı söylenebilir. Kıtalar arasında nüfusuna göre en az radyo verici istasyonuna sahip kıta olarak Afrika sonra da Asya gelmektedir.

Radyo verici sayısı toplam olarak 1980'lerde 28 bin iken günümüzde bu sayının en az 5 bin artarak, 32-33 bin dolayında olduğu tahmini yapılabilir.[8]

2.2.5 Radyo Alıcıları Sayısal Durumu

Radyo yayıncılığı sisteminde iki ana unsurdan biri verici, diğeri ise alıcıdır. Alıcının ilk işi, işlevi istenilen radyo sinyallerini seçmektir. Bu sinyalleri seçebilen özel alıcıların (radyo alıcıları) yapımı, bulunuşu uzun süren çalışmalar sonucu olmuştur.

Bu konudaki ilk çalışmalar Hertze kadar inmektedir. 1894 yılında İngiliz *Oliver Lodge*, 1892 yılında da Alman *Zehnder* tarafından elektronik araç olarak geliştirildi. İlk *"Thermionic"* elektron tüpü ise 1904 yılında *J.A. Fleming* tarafından kullanıldı. Ancak bugünkü anlamda radyo alıcısının bulunuşu, daha önce adı geçen *De Forest* tarafından üç elementli boşluk tüpünün bulunması ile olmuştur. 1906 yıllarında buluşunu yapan *De Forest*, 1920 yılına kadar bu buluşunu geliştirmiştir. Yayınların başlaması ile alıcılara karşı büyük bir istem olmuş; bu istemi karşılamak üzere de bu alana yatırımlar başlamıştır.

İlk alıcılar bugünkü görünümünden çok uzaktı; gerek biçim, gerekse yapı bakımından çok farklı idi. Yayınlar, asıl alıcı araçtan ayrı kulaklıklarla izleniyor, elektrik yerine de pil kullanılıyordu. İlk alıcılar AM (Amplitude Modulation) türü yayınları alabilecek nitelikte idi. Bu dalgada yayınlarda meydana gelen ses güçlüklerini

8 Vericilerle ilgili sayısal bilgiler UNESCO'nun yapmış olduğu istatistiklerde 1980 yıllarına kadar - kesin olmasa da- saptanabilirken, daha sonraki yıllarda bu tür toplu bilgilere sağlıklı olarak ulaşılamamıştır. Bu konuda en kapsamlı çalışma olan WRTH (2006)'da bulunması beklenirken, bu kaynağın da gerçek bilgileri toplayamadığı görülmüştür. Buna en güzel örnek, 1994'den beri özel girişim radyo ve televizyon yayıncılığının yasal olarak başladığı Türkiye ile ilgili istatistiklerde, radyo ve televizyon yayınları, tekel durumunda yalnızca TRT radyo ve televizyon yayınlarının yer alması, özel radyo ve televizyon yayınlarının kitapta yer almayışı gösterilebilir.

gidermek için yapılan çalışmalar sonucu bulunan yeni yayın bandı FM (Frequency Modulation) de yapılan yayınlar ile bu yayınları alabilecek nitelikte yeni alıcıların yapılması zorunlu olmuştur. Çok önceden bu konuda çalışmalara başlamış olan *Armstrong* adlı bir fizikçi, çalışmalarını 1933 yılında ortaya çıkarabilmiştir.

Kuzey Amerika ve Batı ülkeleri radyo alıcısında da, istasyon sayısı ve verici güç toplamlarında olduğu gibi, ilk ön yeri almaktadırlar. Bu alıcıların yarısı Kuzey Amerika'da, üçte biri Avrupa'da, geri kalan ise Asya, Afrika, Okyanusya'ya dağılmıştır.[9]

UNESCO istatistiklerine göre, 1962 yılında Asya ve Afrika kıtalarındaki radyo alıcı sayısı, UNESCO'nun taban olarak kabul ettiği 100 kişiye 5 alıcının altında düşmekte idi. Sonraki yıllarda ise oldukça hızlı bir gelişme olmuştur (UNESCO, 1966, 1972, 1987, 1993). Örneğin 1950 yılında Afrika'da her yüz kişiye 0,7 alıcı düşmekte iken bu sayı 1962'de 2,2'ye, 1970 de de 4.7'ye, 1977 de ise 9'a çıkmıştır. Kuzey Amerika'da ise çok hızlı bir gelişim ile 100 kişiye düşen alıcı sayısı 100'e ulaşmış, bir başka deyişle her kişi bir radyo alıcısına sahip olmuştur. ABD'de bu oran çok daha yüksektir. 1991 yılı istatistiklerine göre 100 kişiye düşen alıcı sayısı 212'dir. Güney Amerika'da ise ülkeden ülkeye alıcı sayısı değişmekle birlikte, ortalama olarak alındığında UNESCO'nun kabul ettiği sayının çok üzerine çıkıldığı, hatta Falkland Adaları, Uruguay gibi bazı ülkelerde 45 ve 53'e ulaştığı görülmektedir.

Bazı ülkelerde 1991 yılındaki istatistiklere göre radyo alıcısının nüfusa oranına örnek verelim: ABD'de her yüz kişiye 211,8 alıcı düşerken bu oran İngiltere'de 114.3, Avustralya 128.8, Pakistan 90.0, Tunus'ta 19.9, idi. Asya'da ise durum, diğer kıtalara göre alıcı yönünden daha ağır işlemektedir. Japonya'da 90.7, Çin'de ise 18.2, İsrail, Kuveyt, Ryu-Kyu adaları gibi ülkelerde bu sayı ortalama olarak her yüz kişiye 20 alıcı, diğer yerlerde ise 5 alıcının altına düşmekte idi. Ancak 1950'ye göre bir artışın olduğu da kesindir. Avrupa kıtasında ise 1950 yılında 100 kişiye düşen alıcı sayısı 13,5 iken 1962 de bu sayı 22.8'e 1970'de 29.9'a 1977'de 40,9'a 1991'de 70'e çıkmıştır. Bu gün ise bu sayının % 90-95 dolayında olduğu söylenebilir.

Günümüzde bu konuda kesin sayılara ulaşmak oldukça zordur. Çünkü radyo alıcı tekniğindeki gelişmeler; radyo alıcılarının müzik setleri ve televizyon ile birleşmesi, takvim, saat, hesap makinası vb. gibi ürünlerle birleştirilerek üretilmesi,

9 Radyo alıcı sayıları, her ülkede gerçek durumu tam anlamı ile yansıtmamaktadır. Zorunlu olan radyo kayıt ücretinin (ruhsat izni, bandrol) düzenli yatırılmaması ve bu işin endüstrisi ile uğraşan yerlerin üretim sayısını bildirmemeleri gibi durumlarda alıcı sayısının saptanması güç olmaktadır.

televizyon alıcılarından ve özellikle de son 10 yıldır radyo yayınlarının Internet yolu ile bilgisayarlardan ve cep telefonlarından, Ipad'lerden indirilerek izlenilmesi sonucu, kesin radyo alıcı sayının bilinmesini zorlaştırmaktadır. Bu konuda tahmini sayılar söylenebilse de, bu sayının hiçbir zaman gerçek radyo alıcı sayısını vermeyeceği açıktır.

2.3 Televizyonun Bulunuşu ve Tarihsel Gelişimi

2.3.1 Televizyonla İlgili İlk Denemeler[10]

Radyoda olduğu gibi televizyonun bulunuşunda da birçok kişinin, ilim adamının rolü olmuştur. Değişik zaman ve yerlerde yapılan buluşlar sonucu televizyon tekniği bugünkü durumuna gelmiştir. Bir ilim adamının kuramsal olarak ortaya attığı bir buluş, diğeri tarafından kanıtlanmış, aynı buluş değişik ülkelerde farklı kişilerce yapılmıştır. Televizyonun görüntüsel niteliğinden ötürü daha karmaşık bir tekniğe sahip oluşu, bu buluşların, radyoya göre daha yavaş gelişmesine neden olmuştur.

Televizyonun bulunuşuna, gerek yayın olarak ses ve görüntünün aktarılmasına, gerekse bunu alacak özel araçların (televizyon alıcılarının) yapılmasına emeği geçen kişiler radyoya göre sayıca fazladır. Ancak, televizyon tarihine geçmiş belli başlı kişiler olarak şu adlar verilebilir:

- Andrew May (İrlandalı)
- Paul Nipkow (Alman)
- Francis C. Jenkins (ABD'li)
- Logie Baird (İngiliz)
- PhiloFarnsworth (ABD'li)
- Zworykin (Rus)

Televizyon ile ilgili olarak ilk teknik buluş İrlandalı bir telgrafçı olan *Andrew May* tarafından 1873 yılında yapılmıştır. May, ışık dalgalarının elektrik akımına çevrilebildiğini ve selenyum adlı kimyasal maddenin elektriğe karşı dirençli olduğunu ve bu direncin güneş ışınında daha da azaldığım buldu. May'ın bu buluşundan on yıl kadar sonra bir Alman bilim adamı *Paul Nipkow*, bir resmi dönerken tarayabilen bir araç geliştirdi. ***"Döner disk"*** adı ile anılan bu aracın içinde, kenarlardan

10 Bu konudaki geniş bilgi için bkz. Robert Hilliard (1969), Philips-Grogan-Ryan (1954), Encylopedia Britannica, (1969), s. 794-812. The American Peoples Encylopedia, (1968) s. 39-43. Öngören (1972).

başlayarak helozonik şekilde yerleştirilen kare delikler, küçük bir delikten geçirilerek verilen elektrik ışınları ile baştan başlayarak dönerek taranmakta ve bu taranan yerler ışık ve gölge olarak bir diğer yerde görüntü olarak elde edilmekte idi. Bu araç, görüntüyü başka yere aktaran ilk araç olması bakımından, önemli bir buluştur. Daha sonra bu konuda yapılan çalışmalar bu döner diskin geliştirilmiş şekillerinden başka bir şey değildir. Nipkow'un bu buluşuna benzer bir başka çalışma *Lazarre Weiller* tarafından 1899 yılında denenmiştir.

Nipkow'un daha sonraları *"mekanik tarama"* olarak adlandırılacak olan bu buluşu, 1920'lerden sonra bilginlerce uygulama alanına konuldu. 1923 yılında Amerikalı *Jenkins*, 1925 de ise İngiliz *Logie Baird, Nipkow*'un döner diskini kullanarak ilk deneme yayınlarını yaptılar. Ancak, alınan sonuçlar belli belirsiz kaba çizgilerden ileri gitmiyordu. Yapılan denemelerde saniyede 20 resim 60-120 çizgi ile taranmıştı. 1936 yılında ise Baird saniyede 24 resim ve 240 çizgi ile yaptığı denemede daha net bir görüntü elde etti. *Baird'*in bu buluşu İngiliz televizyon yayınlarında başlangıçta kullanılan mekanik tarama sisteminin temeli olmuştur.

Nipkow'un döner diskinin geliştirilmesi ile ortaya çıkan bu televizyon yayınları yanında, görüntünün çok net elde edilemeyişinden ötürü bilginler, fizikçiler görüntünün net olarak aktarılmasını sağlayan bir başka teknik konusunda araştırmalar yapıyorlardı. Bu tekniğin aslı ise, görüntüyü elektronik yöntemlerle tarayarak vermekti. Konu ile ilk olarak ilgilenenlerin başında Hertz vardı. Önemli buluşların, denemelerin 1907 yılında İngiliz *Alan Campbell Swinton* ile Rus bilgini olan *Boris Rosing* tarafından ayrı ayrı yapıldığını belirtmek gerekir. Elektrik mühendisi olan Swinton ile *Rosing* yaptıkları denemelerde katot ışınlarından (cathod ray) görüntü aktarmada yararlanılabileceğini, elektronların boşlukta yer değiştirirken televizyon sinyallerini göndermede ve bu sinyallerin alıcı tarafından alınmasında kullanılabileceğini kanıtladılar. 1911 yılında ise Campbell, buluşunda bir adım daha atarak, televizyon kamerası için gerekli olan *"mozaik"* (mosaic) adlı bir aracın ışık enerjisini elektrik enerjisine çevrilebileceğini buldu. Görüntünün elektronik olarak nakledilmesini amaçlayan bu çalışmaların uygulama alanına konulması, Rosing'in öğrencisi *Vladimir Zworykin* tarafından 1923 yılında yapılan deneyimlerle oldu. Amerika Birleşik Devletlerinde denemelerini yapan bu Rus bilgini, ikonoskop (icenoscope) adını verdiği ve elektronik taramada kullanılan aracı geliştirerek ilk elektronik tarama ile görüntü yayınını gerçekleştirdi. Bu araç ile eşyalar satır satır çok çabuk taranıyor ve insan gözünde sürekli bir resim geçiyor hissi

veriliyordu. Elektrik dalgaları ile yapılan bu deneyimler sonucunda televizyonun kamu yararına kullanılacağı umudu güçlendi. Westing House Firması adına deneylerini sürdürerek bu buluşunun patentini alan Zworykin, henüz buluşunun ticaret yaşamına girecek kadar gelişmediğini biliyordu. Teknik, bugünkü tarama tekniğinin aslı olmakla birlikte çok ilkel idi. 1928 yılında ABD'de, NBC yayın örgütü bir kıyıdan diğer kıyıya yayını gerçekleştirdi. Aynı yıl Londra'dan verilen bir görüntü New York'tan izlendi.

Elektronik taramadaki gelişme 1930 yılında *Philo Farnsworth*'un denemeleri ile oldu. Farnsworth, verici ile alıcı arasında etkili bir senkronizasyon (eşleme) olması üzerinde durdu. Böylece vericiden verilen görüntü sinyallerinin elektromanyetik dalgalar aracılığı ile alıcılarda daha net bir biçimde izlenme olanağı elde edildi. 1927 yılında elektronik TV sistemi için patent başvurusu yaptı. 1928 yılında Westinghouse Corporation'da deneysel ilk yayınını gerçekleştirdi. Bunu 1930 yılında NBC'nin ilk deneme yayını izledi. 1931 yılında ilk kez bu teknikle çalışan alıcıların yapımına başlandı. 1932 yılında ise radyo ve televizyon frekanslarının aynı olmasının, televizyon yayınlarını etkilediği görüldüğünden VHF'e (Very High Frequency - Çok Yüksek Frekans) tekniğine geçildi.

Daha sonraki yıllarda görüntü bandı yanında ses bandında da gelişmeler oldu. Amerikalı *Edwin Armstrong* 1935 yılında FM (Frequency Modulation) ses bandını geliştirdi ve ilk FM istasyon yayını başladı. Bu yolla ilk görüntülü yayın, New York'tan Philadelphia'ya gönderilen görüntülerle yapıldı. 1939 yılında ise düzenli, programlı televizyon yayınları başladı. Ancak, çok kısa bir süre sonra ABD'nin savaşa girmesi ile 6 kanal dışındaki diğer yayınlar ve araştırmalar durdu (Wilson, 1995).

Kutucuk 1:

Televizyon Nasıl Çalışır?

Televizyonun temel prensibi ışık enerjisinin elektrik enerjisine çevrildikte sonra yayınlanması ve alınan elektromanyetik sinyallerin tekrar ışık enerjisine çevrilmesidir. Işık enerjisi elektrik enerjisine çevrilmesi fikri 1873 senesinde Selenyum üzerine ışık düşürüldüğünde elektrik direncinin değiştiğinin keşfedilmesi ile başlamıştır. Bu prensibe göre selenyum üzerine parlak ışık düşerse; sinyal kuvvetli, soluk ışık düşerse sinyal zayıf olacaktır. Genliği değişen bu sinyal Radyo dalgaları gibi yayınlanıp alıcıda ters işlem yapılınca ekranda görüntü oluşur. TV bir noktadaki ışık şiddeti radyo dalgalarına

dönüştürme, sonra bu dalgalardan, eş şiddette bir ışıklı nokta elde etme esasına dayanır. Nakledilecek görüntü, yüz binlerce kareye bölündükten sonra her bir kare, homojen şeklinde aydınlanmış noktalar gibi kabul edilip, bu noktalardaki ışık şiddeti TV verici sisteminde radyo dalgalarına, dalgalarda TV alıcılarına da yeniden ışığa dönüştürür. Görüntüdeki kareler çok hızlı tarandığı için, alıcı ekranlarında tek tek ışıklı noktalar değil, değişik aydınlıkta karelerin meydana getirdiği resimler olarak gözlenir.

Televizyon yayınlarında ses ve görüntülerin nakli için, frekansı 5x10 : 9x10 Hertz (50 –900 mega sykl) aralığına düşen elektromanyetik dalgalar kullanılır. Her televizyon istasyonu, 6 mega sykl frekans aralığında hem ses, hem görüntü gerçekleştirilebilir. Bu 6 mega hertz'lik frekans aralıklarına "kanal" denir. Genel olarak ses yayınlarını taşıyan dalgaların frekanslarını, görüntü taşıyan dalgalarınkinden daha yüksektir (diyadinnet.com).

2.3.2 İlk Televizyon Yayınları

Yapılan bu denemelerden sonra elektronik tarama tekniğini kullanarak yapılan ilk düzenli televizyon yayını 1936 yılında İngiltere'de başladı. Londra'da Alexandra Palace'de kurulan televizyon stüdyosundan yapılan bu ilk yayın büyük ilgi uyandırdı. Ancak yapılan yayınlar, alıcı sayısının az oluşundan ötürü geniş bir seyirci tarafından izlenemedi. İngiltere'de başlayan bu yayın 1939 yılına, 2. Dünya Savaşının çıkışına kadar sürdü. Savaş nedeni ile yayınlara ara verildi. 1945'de yeniden başladı. Ancak bu kez, aradan geçen sürede televizyon yayınları gerek kapsama alanı, gerek izleyici sayısı ve gerekse programların niteliği bakımından büyük gelişmeler gösterdi.

İngiltere'den sonra televizyon yayınlarını başlatan ikinci ülke ABD'dir. Her ne kadar deneysel yayınlara RCA 1936 yılında başlamışsa da, resmi nitelikte ilk televizyon yayını, 1939 yılında New York'ta yapılmakta olan Dünya Fuarından izlenimlerin aktarıldığı yayınlarla olmuştur. 1941 yılında yayınlarda reklama yer verilmeye başlanmıştır. Bundan ötürü de bazı kaynaklar, ABD' de televizyonların asıl yayına başlama tarihi olarak 1941 yılını almaktadırlar.[11]

11 ABD'de yayınların düzenlenmesi ile ilgili kurum olan FCC (Federal Communication Commission — Federal İletişim Komisyonu) 1941 yılında tecimsel yayınlara izin verdi ve beş televizyon kanalını tecimsel olmayan yayınlara ayırdı.

Düzenli televizyon yayınlarını başlatan üçüncü ülke Sovyetler Birliği'dir. Gerek mekanik, gerekse elektronik tarama ile denemeler sırasında bu teknik buluşlara katılan Sovyetler Birliği'nde ilk düzenli yayın 1939 yılında başlamış, 30 dakika ve yavaş hareketli olan ilk yayın, ancak 100 kadar alıcıdan izlenebilmiştir. 2. Dünya Savaşı, diğer ülkelerde olduğu gibi Sovyetler Birliği'nde de televizyon yayınlarını durdurmuş, savaş sonrası yeniden başlamıştır (Hopkins 1970, s. 238).

Almanya ve Fransa da televizyon yayınının öncüleri arasındadır. 1938'de her iki ülke de deneme yayınlarına başlamıştır. Ancak, savaş nedeni ile bu ülkelerde de gelişme olmamıştır.

Asya kıtasında ise ilk televizyon yayının başlatan ülke Japonya'dır, 2. Dünya Savaşının ağır yükü nedeni ile yayınlarına ancak 1953 yılında başlayabilmiştir. Çin'de ise ilk televizyon yayınları 1958 yılında Pekin'de başlamıştır. 1960 yılında bu istasyonların sayısı 12 olmuştur.

Latin ve Orta Amerika ülkelerinden olan Meksika ve Brezilya'da ilk televizyon yayınları 1950 yılında başlamıştır. 1960 yılındaki Çin-Sovyet anlaşmazlığı, bu konuda Sovyetler Birliği'nin yardımlarının kesilmesine neden olmuş ve televizyonun gelişmesi büyük ölçüde durmuştur. 1967-69 Çin Kültür Devrimi de bu gelişmeyi etkilemiş, ancak, 1970'li yıllarda büyük kentler dışında da televizyon yayınları izlenmeye başlanmıştır (Howkins, 1980; s. 58-60).

Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına göre işitme ve görme gibi iki duyuya seslenmesinin kitleleri çekmesi, bu aracın kısa zamanda diğer ülkelerde hızla yayılmasını sağlamıştır. Bugün televizyona sahip olmayan ülkelerin sayısı çok azdır.[12]

Televizyon yayınları ile ilgili önemli birkaç olay ve tarih verelim:

- 1939'da ABD'de ilk olarak geniş bir topluluk New York Dünya fuarını canlı olarak izledi.
- 1948'de ABD'de CBS ve NBC şebeke yayınları düzenli eğlence ve haber yayınları yapmaya başladılar.
- 1951'de bir kıtadan diğer kıtaya ilk kısa dalga TV yayını yapıldı.
- 1969'da tüm dünya ilk insanın ayak basışını TV'den canlı olarak izledi.

12 UNESCO'nun 1978-1979 İstatistik yıllığına göre çoğu Asya, Afrika ve Okyanusya'da bulunan 51 ülke ve toplulukta televizyon yayını bulunmuyordu.

2.3.3 Televizyonda Tarama Sistemleri

Televizyonun teknik gelişimi sırasında çeşitli kişilerin deneylerini sürdürmeleri, bu konuda farklı tarama sistemlerinin doğmasına neden olmuştur. Tarama deyiminin teknik anlamı; bir resmi, görüntüyü elektronik olarak enine bir uçtan diğer uca satırlarla-çizgilerle gidip gelmedir. Bu çok hızlı gidiş-geliş sırasında görüntüdeki açık ve koyu renkler farklılığı ile farklı yansıma olmakta ve elektronik olarak alıcıda bu farklı ışınlar tekrar görüntü durumuna gelmektedir. Normal bir gözle izlenebilmesi için saniyede 50 resmin yukarıda sözü edilen biçimde taranması gerekmektedir. Çeşitli ülkeler tarama sırasında çizgi sayısını değişik olarak kullanmaktadırlar. Amerika ile Avrupa arasında tarama sayısı farklı olabildiği gibi, Avrupa ülkeleri arasında da farklı tarama sayısı kullanılmaktadır.

İngiliz Baird'in net olmayan görüntü elde ettiği deneylerinde kullandığı tarama sistemi 240 satırlı-çizgili idi. Zworykin ise 500 çizgili taramayı denemişti. Marconi 1936 da yaptığı deneylerinde önce 450 çizgiyi, sonrada 405'li tarama sistemini kullanmıştır. Aynı yıllarda ise Fransa'da 1000 çizgili tarama denenmekte idi. ABD de ise ilk yayınlar 441 çizgi ile yapılmıştır.

Yapılan bu tür denemeler sonucu, genel olarak dünyada şu dört küme tarama sistemi kullanılmıştır. Bir başka deyişle, en iyi elektronik görüntüler bu sistemlerle alınmıştır. Bu sistemler, bu tarama sistemi bulan ülkelerin adları ile anılır: İngiliz Sistemi (405 çizgi), Amerikan Sistemi (525 çizgi) Avrupa Sistemi (625 çizgi), Fransız Sistemi (819 çizgi).

1980'lerin başına kadar genel olarak Avrupa ülkeleri, Fransa ve İngiltere dışında televizyon yayınlarında 625 satırlı-çizgili tarama sistemlerini kullandılar. Fransa 819 satırlı-çizgili tarama, İngiltere ise 405 çizgili tarama ile yayın yaptılar. Ancak, bu iki ülkede farklı sistemlerin kullanılması, hem yayınların belirli alıcılardan izlenmesi zorunluluğunu doğurmuş, hem de daha sonra görülecek olan, programların yayın içerisinde ya da ikili alış-veriş şeklinde bir akış içerisinde olmasına zorluk çıkarmıştır. Bundan ötürü de son yıllarda Fransa ve İngiltere değişik kanallardaki televizyon yayınlarında Avrupa tarama sistemi olarak kabul edilen 625 satırlı-çizgili tarama sistemini uygulamaya başlamışlardır.[13] 625'li satır sistemi Avrupa ülkelerinden başka geçmiş yıllarda Avrupa ülkelerinin siyasal-ekonomik

13 İngiltere televizyon yayınlarını 405 çizgili tarama sistemi ile uzun süre sürdürdükten sonra, 15 yıldan beri aşama aşama 625 Avrupa sistemine geçmek için, yayınların önemli bir kısmını 625 tarama sistemi ile yapmış, günümüzde ise tüm olarak 625 tarama sistemine geçmiştir (WRTH 2006).

baskısı altında bulunan Afrika, Asya ve Orta Doğudaki ülkelerde, Avustralya ve Çin'de kullanılmaktadır.

Amerikan sistemi olarak anılan 525 çizgili tarama sistemi ise, adından da anlaşılacağı üzere, başta ABD de olmak üzere diğer Orta ve Güney Amerika ülkelerinde kullanılmaktadır. Bu arada 2. Dünya Savaşından sonra ABD ile sıkı ilişkiler içerisinde bulunan Japonya da bu sistemi kullanmaktadır. Ayrıca, yine ABD'nin ekonomik etkisinde bulunan bazı Asya, Okyanusya kıtalarındaki ülkelerde de bu sistemle yayın yapılmaktadır. Sonuç olarak belirtmek gerekirse, 4 sistem olarak başlayan televizyon tarama sistemleri, 1980'li yıllarda başlayarak 625 Avrupa, 819 Fransız, 525 Amerikan sistemleri olmak üzere üçlü sisteme dönüşmüştür (WRTH, 2006).

2.3.4 Renkli Televizyon Yayınları

Televizyonun teknik gelişimini incelerken, teknik yönden bir gelişim olan "Renkli Televizyon" olgusunu da incelemek gerekir.

Televizyon yayını renkli ve renksiz olarak iki türlüdür. Renksiz televizyon monokromatik (tek renkli) olarak adlandırılır ve beyaz, gri ve siyah renklerden istifade eder. Renkli televizyon ise özel filtre dikromatik ışık teknikleri ve floresat maddelerden istifade ile kırmızı, yeşil, mavi renkleri kullanır. Renkli televizyon, bütün renkleri yeşil, mavi ve kırmızının değişik oranlarda karıştırılması ile elde edilebileceği gerçeğine dayanır. Nakledilecek görüntü, yeşile, maviye ve kırmızıya duyarlı olan üç ayrı kamera tarafından aynı anda taranır. Elde edilen üç ayrı elektromanyetik dalga, alıcı sistemin ekranında, biri yeşil, biri mavi ve biri kırmızı olan üç görüntüyü üst, üste düşürür ve bu renklerin karışmasından, tabii renklenmeler yeniden elde edilir.

Ülkemizde bu tür yayınların 30 yıllık geçmişi olmasına (2013 yılı durumu) karşılık, pek çok ülkede renkli televizyon yayınlarının geçmişi çok daha eskiye gitmektedir.

Renkli televizyon ile ilgili çalışmalar, *Nipkow'*un döner diskinin siyah-beyaz olarak çalışması ile ilgili deneyimler sırasında ilk kez görülmüştür. İngiliz *Logie Baird,* 1928'deki deneyimlerinde üç farklı kare delik kullanarak kırmızı, mavi ve yeşil üç ana renkte iki renkli görüntü deneyimini yapmıştır. Mekanik tarama yöntemi ile yapılan bu deneyimi, elektronik tarama yöntemi ile 1930 yılında ABD'de Bell Telefon Örgütünce yapılan bir başka deneyim izlemiştir. Saniyede 18 resmi ve 50 satırlı tarama ile yapılan bu deneyimler 1940 yılına dek sürdürülmüş, özellikle

ABD'de CBS, RCA ve COLOR TV. Inc. gibi kurumlar yarı mekanik, yarı elektronik televizyon tarama yöntemlerini kullanarak renkli yayın denemeleri yapmışlardır.

Renkli televizyon tekniğinde görüntünün net olarak alınması 1950'lerden sonra olmuştur. Daha önceleri CBS'in geliştirdiği sistemle renkli yayınlara tecimsel amaçla başlanmak istenmiş, ancak siyah-beyaz (monochrome) televizyon alıcılarında bu görüntü zikzak biçiminde görüldüğünden fazla ilgi görmemiştir. Daha sonra alıcılarda yapılan değişikliklerle renkli yayınların siyah-beyaz televizyon alıcılarında da izlenme olanağı yaratıldığından, 1945 yılında ilk tecimsel renkli televizyon yayını başlatılmıştır.

ABD'nin başlattığı bu yayınlar NTSC *(National Television System Committee - Ulusal Televizyon Sistem Komitesi)* sistemi olarak adlandırılmıştır. Bu sistem dünyada ilk renkli televizyon sistemi olarak alınabilir. Bu sistemin en önemli özelliği, siyah-beyaz alıcılardan renkli yayınların siyah-beyaz olarak izlenebilmesi, buna karşılık renkli televizyon alıcılarından da, özellikle başlangıç yıllarında, siyah-beyaz yayınların izlenebilmesi idi. Günümüzde, Amerikan sistemi olarak bilinen NTSC yanında SECAM ve PAL sistemleri vardır. Bu sistemlerden SECAM sistemi Fransız sistemi olarak bilinmektedir. Bu konudaki ilk gösteriler 1958 yılında bir Fransız mühendisi olan *Henry de France* tarafından bulunmuştur. SECAM *(Sequential Couleur á Memoirè)* sistemi önceleri Fransa'da, daha sonra Sovyetler Birliği ve diğer Sosyalist ülkeler tarafından renkli televizyon yayınlarında kullanılmaya başlanmıştır.

Renkli televizyon sistemleri ile ilgili üçüncü sistem 1963 yılında Almanya'da Telefunken Şirketi adına çalışan **W. Bruch** adlı bir Alman mühendisi tarafından bulunmuştur. PAL *(Phase Alternation Line)* sistemi bugün Fransa ve eski sosyalist ülkeler dışındaki Avrupa devletlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır.

Dünyadaki renkli televizyon yayınlarına kısaca değinmek gerekirse, ABD'deki televizyon istasyonlarının tümü renkli yayın yaparken, Afrika Kıtasında on yıl öncesine kadar 300 dolayındaki televizyon istasyonunun ancak 1/3'ü renkli televizyon yayını yapıyordu. Günümüzde ise siyah-beyaz tekniğiyle ilgili üretim durmuş; dolayısıyla siyah-beyaz tekniğiyle ilgili araç –gereç bulmak zorlaşmıştır. Televizyon yayınlarıyla ilgili teknolojideki çok hızlı değişim; bilgisayar teknolojisinin ve uydu yayınlarının kullanılması gibi nedenlerle Afrika'da da renkli yayın yapmayan ülke sayısı azalmıştır.

Avrupa ülkelerinin ise tümünde renkli televizyon yayını yapılmaktadır. Asya Kıtasında ise bu konuda en ileri düzeyde olan ülke Japonya'dır ve küçük vericili 8000'den fazla televizyon istasyonun tümü renkli yayın yapmaktadır.

Bu arada üçüncü dünya, ülkelerinden özellikle petrol üreten ülkelerde renkli televizyon yayınlarının 1970'lerde başladığını ve yayınlarını –çoğunlukla- renkli program üretiminde bulunan batılı ülkelerden aldıklarını da eklemek gerekir.[14]

2.3.5 Televizyon Yayınlarının Gelişiminde Dönemler:

Televizyon istasyonlarının gerek verici istasyon gücü, gerekse alıcı sayısının gelişimi radyoya göre daha yavaş olmuştur. Bunun en önemli nedeni bu aracın çok karmaşık bir tekniği ve dolayısıyla bu işe yapılacak yatırımın çok yüksek olmasıdır.

Bir radyo programına harcanan emek ve para ile bir televizyon yayını için gereken emek (buna bu konuda uzmanlaşmış kişilerin fazlalığını da eklemek gerek) ve paranın aynı olmadığı; bir televizyon programında 3-4 kat fazla paraya, zamana ve kişiye gereksinim olduğu herkesçe bilinmektedir. Bu nedenlerden ötürü televizyonun yayılması, radyoya göre, geç olmuştur. Bugün dahi televizyonu olmayan ülke kalmamakla birlikte birçok ülkede tüm ülkeyi kapsayacak güçte ve sayıda televizyon yayını yoktur.

Televizyon yayınlarının gelişmesi ile ilgili olarak şöyle bir gruplandırma yapılabilir:

- 1938 -1945: Deneme ya da başlangıç dönemi

Bu devrede televizyon bir kaç ülkede örneğin İngiltere ve ABD'de yayına geçebilmiş, 2. Dünya Savaşı ise bu gelişmeyi önlemiştir. Bu devrede gerek teknik, gerekse program niteliği açısından deneyimlerin geçirildiği dönemdir.

- 1945 -1960: Gelişme ya da olgunluk dönemi

Bu devrede televizyon öncelikle Avrupa, Amerika ve Asya'da hızla yayılmaya, benimsenmeye başlanmıştır. Tekniğin pahalı olması, Afrika kıtasında çok sınırlı gelişmelere neden olmuş, öncelikle az sayıda Kuzey Afrika ülkelerinde televizyon yayınları başlamıştır.

---

14 Renkli televizyon yayınları ile ilgili olarak şu kaynaklara bakılabilir: Öngören 1975, UNESCO 1980, Kılıçbay 1977.

- 1960 –1980: Televizyonun altın dönemi

Bu devrede televizyonun teknik olarak gelişmesinde önemli adımlar atılmış; renkli televizyon yayınları başlamış, yayın süreleri uzamış, yayın türleri artmış, radyo-linkler ile tüm ülke televizyon yayınları ile kapsanmıştır. Video, televizyon tekniğinde kullanılmaya başlanmıştır.

- 1980 – 2000: Uydu çağı

İletişim, teknolojisindeki gelişme sonucu, haberleşme uyduları ile iletişimde bulunulması, televizyon yayınlarının da bu yolla yapılmasına olanak sağlamıştır. Bu yolla hem tüm ülke, hem komşu ülkeler sınır ötesi yayınlar yolu ile televizyon yayınları kapsamına alınmıştır.

- 2000 sonrası: Sayısal Karasal Yayıncılık çağı

2000'li yılların başından beri radyo ve özellikle televizyon yayınları tekniğinde önemli gelişme dolanıma girmiş; ABD ve Avrupa ülkelerinde en az 10 yıldan beri hazırlıkları yapılmaktadır. Henüz az sayıda ülkenin geçiş yaptığı bu sistemin adı "Sayısal- Yayın" sistemidir.

Sayısal Karasal Yayıncılık (SKY) (*Digital Video Broadcasting -Terrestrial* (DVB-T), televizyon yayınlarının başlangıcından beri kullanılan ve çatı antenleri ile alınan analog yayınlara alternatif bir yayın tekniğidir. Sayısal – Karasal Yayın (DVB-T) tekniğinde, analog tekniği ile yapılan televizyon ve radyo yayınlarının dezavantajı olan bir frekansta sadece bir televizyon yayınının yapılması, görüntü kalitesinin düşük olması ve sinyallerin güçsüzlüğü gibi olumsuzluklar ortadan kalkmaktadır. Bu yayın tekniğinde görüntü ve ses kalitesi analog yayına göre yüksektir. DVB-T tekniği ile yayınların ses ve görüntü kalitesinin yüksek olması yanında bir frekans üzerinden dört farklı kanalın yayın yapması olanağı vardır. Ayrıca, interaktif hizmetleri kullanma olanağı da sağlanmaktadır.

2.3.6 Televizyon Verici İstasyonları Sayısal Durumu

Radyo istasyonlarında olduğu gibi televizyon istasyonlarının sayısal gelişimi de yine bu konuda teknik buluşları yapmış, başlatmış olan batı ülkelerinde olmuştur. Özellikle, özel girişimci yayına yer veren ABD gibi ülkelerde gerek istasyon, gerekse alıcı yönünden gelişme, diğerlerine göre hızlı ve büyük olmuştur.

Kıtalar Yönünden TV İstasyon Sayılarındaki Gelişme:[33]

	1963	1970	1977	1980
Afrika	54	130	244	380
K. Amerika	803	3.250	1.804*	5.660
G. Amerika	102	290	344	820
Avrupa	1.783	8.140	15.042	32.600
Asya	423	4.220	8.722	13.400
Okyanusya	37	260	427	1.030
S.S.C.B.	169	1.344	1.749	—
Toplam	3.371	17.634	28.332	53890

* Orta Amerika içinde

Kıtalar arasında, radyoda olduğu gibi, en geri durumda olan Afrika'dır. Ancak, 1950 yılında henüz Afrika'da televizyon yayınlarının başlamamış olduğunu ve ilk yayının 1956 yılında Fas'ta başladığını belirtmek gerekir. Dünyada 1950 yılında toplam istasyon sayısı ancak 130 iken, bu sayı 1962 de 2380'e yükselmiş, bir yıl sonra 1963 de çok hızlı bir artış göstererek 3371 olmuştur. Daha önce de belirtildiği gibi, 1960'lardan sonra televizyonun görsel-işitsel özelliklerinin eğitim, haber alma ve kültürdeki önemi anlaşıldığından artış daha hızlı olmuştur. Örneğin, 1950 de Avrupa'da istasyon sayısı 15 iken, bu sayı 1962'de 1160, 1963'de 1800 olmuş; 1970 yılında ise, hızla artarak hemen hemen 5 katına yükselmiştir. Aynı gelişme, Afrika dışında diğer kıtalarda da görülmektedir. Ancak bu verici istasyon sayısına yardımcı istasyon sayıları da eklenirse, verici istasyon sayısının daha artacağı açıktır. Bugün dünyadaki toplam verici istasyon sayısı 23 702'dir.

Bazı ülkelerdeki Televizyon (karasal) verici sayıları[15]

ABD	1500 (1997)
Afganistan	10 (1998)
Almanya	373 (1995)
Arjantin	42 (1997)

15 Kaynak: WRTH (2006). Bu sayılara TV aktarıcıları dahil değildir.

Avrupa Birliği	2791 (1995)	Gine	6 (2001)
Avustralya	104 (1997)	Güney Afrika	556 (1997)
Avusturya	10 (2001)	Kanada	80 (1997)
Azerbaycan	2 (1997)	Küba	58 (1997)
Belçika	25 (1997)	Macaristan	35 (1995)
Brezilya	138 (1997)	Mısır	98 (1995)
Bulgaristan	39 (2001)	Norveç	360 (1995)
Çek Cumhuriyeti	150 (2000)	Polonya	179 (1995)
Cezayir	46 (1995)	Rusya	7306 (1998)
Çin	3240 (1997)	Sudan	3 (1997)
Etopya	1 (2002)	Taylan	5 (1995)
Fransa	584 (1995)	Türkiye	635 (1995)
Filipinler	225 (2004)	Venezuela	66 (1997)
İngiltere	228 (1995)	Yunanistan	36 (1995)
İtalya	358 (1995)	Zimbabve	16 (1997)

Görüleceği üzere, Amerika ve Avrupa ülkelerinde televizyon vericilerinin sayısı daha fazla iken, Asya ve özelikle Afrika kıtasındaki ülkelerde –birkaç gelişmiş ülke dışında- verici sayısı çok daha azdır.[16]

2.2.7 Televizyon Alıcıları Sayısal Durumu

Dünyada televizyon alıcısı sayısı, radyo alıcısı kadar fazla değildir. Bunun nedenlerini yukarıda da belirttiğimiz gibi, her ülkenin yeterince televizyon yayınlarına sahip olmayışında ve televizyon alıcısının radyoya göre daha pahalı bir araç olmasında aramak gerekir.[17]

Kıtalar yönünden alıcı sayısı incelenecek olursa farklı yıllarda şu gelişim görülür: 2. Dünya Savaşının hemen sonunda televizyon alıcı sayısı (1946) 10 bin iken,

16 Verici sayılarının yanındaki parantezler, bu sayıların alındığı yılı göstermektedir. Bu konuda istatistiksel bilgilerin elde edilmesinin zor olduğuna önceden de değinilmişti.

17 Alıcıların pahalı olmasından ötürü, 1970'lı yıllarda gelişmiş batı ülkelerinde (ABD ve İngiltere gibi) televizyon alıcıları kiralanarak kullanılıyordu.

1950'de 4 milyon, 1958'de ise 49 milyona yükselmiştir. Bu sayı 1959'da 87 milyon, 1963'de 142 milyon, 1969'da 251 milyon, 1970 de 261 milyon, 1975'de 400 milyon, 1991'de 1 milyar, 1995'de televizyon alıcısı sayısı 1,5, günümüzde (2006'da) ise 2 milyarı geçmiştir (UNESCO, 1977, 1989, 1993; WRTH 2006).

Kıtalar yönünden değerlendirildiğinde televizyon alıcı sayısı bakımından en gelişmiş kıta olarak, diğerlerinde olduğu gibi, Kuzey Amerika başta gelmektedir. En az televizyon alıcısına sahip ülke ise Afrika'dır. Ülke bazında alındığında ise en ileri durumda olan ülkeler, yine endüstrileşmiş ve bu alanda en çok radyo ve televizyon kanalına sahip ülkelerdir. Bu ülkelerin başında 1990'lı yıllardaki istatistiklere göre 94,2 milyon alıcı ile ABD gelmektedir. İkinci olarak, 90 milyon TV alıcısı ile Sovyetler Birliği (Sovyetler Birliği dağılmadan önce), 30 milyon ile Japonya, 23 milyon ile Batı Almanya, 18 milyon ile İngiltere gelmektedir.

Kıtalarda 100 kişiye düşen televizyon alıcı sayısı, 1990'lı yılların başlarında Afrika ülkelerinde en düşük (%3.7), Kuzey Amerika'da ise en yüksek (%79.7) gibi oranda iken, günümüzde (2013) ise bu durum çok artmıştır.[18] 2000'li yıllardan beri, pek çok evde birden fazla alıcının bulunduğu gerçeği göz önünde bulundurulursa, her eve bir alıcı düştüğü hesabı yapılabilir. Bu alıcıların % 98'i renkli TV alıcılarıdır. İzleyicilerin % 38'inde 2, % 28'inde ise üçten fazla TV alıcısı vardır. Avrupa'da ise her 100 kişiye ortalama 40, Asya'da 7, Okyanusya'da ise 37 alıcı düşmektedir. UNESCO'nun 2000'li yılların başlarındaki istatistiklerine göre Dünyada nüfusuna oranla en fazla alıcıya sahip ülke, bir Asya ülkesi olan Katar'dı. Her yüz kişiye düşen alıcı sayısı 204'dü. Bunun daha açık söyleyişi, her kişiye 2 televizyondan fazla alıcı düşüyordu.

Kıtalara göre alıcılardaki bu farklı durum, televizyon alıcısının pahalı bir araç olması ve bu endüstrinin ancak gelişmiş az sayıda ülkede bulunmasından ileri gelmektedir.

Günümüzde radyo ve televizyon yayınları ile ilgili istatistiklerde anlam kayması olmuştur. Radyo ve televizyonların gerek verici, gerek alıcısı ve gerekse 100 kişiye düşen alıcı sayısı, iletişim teknolojisindeki çok hızlı değişim sonucu anlamını ve önemini yitirmiştir.

18 Günümüzde bu istatistiklerin gerçek sayılarla belirtilmesi oldukça zordur. Çünkü alıcıların ucuzlaması, kiralama yöntemleri, renkli alıcıların kullanılması ile evlerde siyah-beyaz alıcıların ikinci el olarak satılması, teknolojinin gelişmesi ile farklı model ve teknikte televizyon alıcıların yapılması gibi nedenlerle bugünkü gerçek televizyon alıcı sayısının saptanması oldukça güçtür

Radyo ve televizyon yayınlarının kablolu yayın, Uydu yayıncılığı, İnternet yayıncılığı, IPTV, Podcast yayın, diğer mobil yayın teknikleri ile veriliyor olması, klasik karasal radyo ve televizyon verici kavramını değiştirmiş; farklı yayın ortamları yaratmış, sayısını da çok arttırmıştır.

Radyo ve televizyon vericileri ilgili bu gelişmelere paralel olarak alıcılarda da, geliştirilen farklı teknikler sonucu hem çok çeşitli farklı alıcı cihazları geliştirilmiş, hem de fiyatları ucuzlamış ve bilgisayar / İnternet ve mobil telefonlar gibi farklı amaçlı iletişim teknoloji ile birlikte verilmeye başlanmıştır. Örneğin İnternet bağlantısı yolu gelen radyo ve televizyon yayınlarının masaüstü, dizüstü, tablet türü her türlü bilgisayardan izlenebilmesi, Iphone, Android telefonlar gibi akıllı telefonlardan ve kol saati ya da çeşitli araçlara yerleştirilerek yapılan özellikle radyo ve televizyon alıcılarından izlenmesi, klasik radyo ve televizyon alıcı kavramlarını da değiştirmiştir.[19]

19 Bu konuda özellikle çeşitli kurum ve kuruluşların özendirme (özendirme) amaçlı olarak yaptırdıkları radyo ve televizyon alıcıları ile yayınların izlenmesi, alıcılarla ilgili istatistikleri anlamsız kılmıştır. Bu konuda özellikle Çin malı bu ürünlerin, ülkelere çok çeşitli yollardan gelmesi, denetim pulu (bandrol) ya da kaydetme zorunluluğu getiren ülkelerde de sorunlar yaratmıştır.

BÖLÜM 3:

SES VE GÖRÜNTÜNÜN YAYILMASI

Radyo ve televizyon mesajlarının, ses ve görüntü olarak, verildiği yerden alıcıya kadar ulaşmasına yayınım / propagasyon (propagation) denilmektedir. Bu yayılma iki yolla olmaktadır.

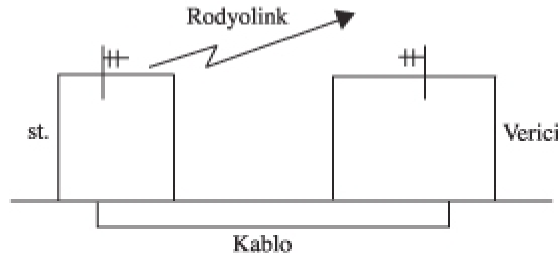
3.1 Radyoda Yayınım (Propagasyon)

- Tel (kablo) ile yayılma

Radyo stüdyosu ile verici istasyon arasında program naklinin kablolarla yapılmasıdır. Güvenli, ancak eski bir sistem olduğundan, günümüzde yeni istasyonların yayınlarında kullanılmamaktadır.

- Radyo-link (kısa dalga) ile yayılma

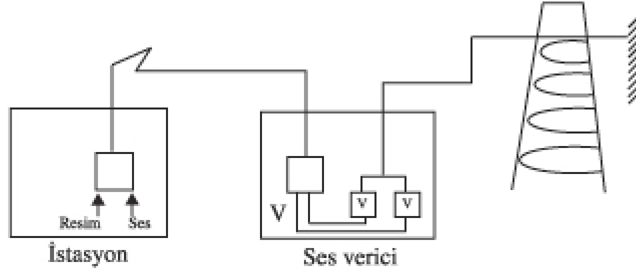
Yayının verici istasyona naklinin radyo dalgaları aracılığı ile yapılmasıdır. Bunun için küçük güçlü verici ve alıcı gereklidir. Ses niteliğinin bozulmaması için radyo-link frekans modülasyonu yapılır. Radyo-link verici stüdyoda, alıcı ise verici istasyonda bulunur. Verici gücü 10-30 watt dolayında olup, alıcının sinyal çıkışı verici istasyonun girişine bağlanır (Şekil 1).



Şekil 1: Radyoda yayınım

3.2 Televizyonda Yayınım

Televizyonda propagasyon, görüntü unsurunun oluşundan ötürü daha değişik biçimde olur. Televizyon stüdyolarında kamera ve mikrofon aracılığı ile ayrı ayrı alınan görüntü ve ses, ayrı televizyon linki denilen küçük güçlü vericilerle verici istasyonuna ulaşır. Link aracılığı ile vericiye ulaşan yayında ses ve görüntü için ayrı kanallar kullanılır. Evlerdeki televizyon alıcısı ise aldığı sinyallerdeki görüntü ve ses sinyallerini ayırır; bunlar hoparlör ve resim tüpünde sonuçlanan iki ayrı yol izlerler. (Şekil 2).



Şekil 2: Televizyonda yayınım

Radyo için sesi ileten bir taşıyıcı dalga gerekirken, televizyon için ses ve görüntü ikilisinden ötürü, ses ve görüntünün yüklendiği iki ayrı dalgaya gereksinme vardır; Radyo ve televizyonda ses ve görüntüyü ileten elektromanyetik dalgaların özelliği farklı uzunlukta olmalarıdır. Dalgalar, genel olarak uzun, orta ve kısa dalgalar ve frekans modülasyon (FM) olarak gruplara ayrılırlar. Elektromanyetik dalgalar vericinin gücü ile orantılı olarak çevreye yayılırlar. Eğer verici gücü fazla ise dalga uzunluğu da fazladır. Radyo yayınlarında bu dalga uzunluklarının yerine ve gereksinmeye göre hepsi de kullanılabilir. Televizyon yayınlarında ise, yalnızca-çok -kısa dalga uzunlukları kullanılır: Her dalganın saniyede belli bir titreşimi, devri vardır. 'Frekans' olarak adlandırılan bu hız, her dalgada farklıdır. Dalga uzunluğu ise frekans sayısı ile ters orantılıdır. Bir başka deyişle, uzun dalgalarda bantlardaki frekans sayısı az, kısa, çok kısa bantlardaki frekans sayısı fazladır. Genel olarak yüksek frekanslı bantlar, dalgalar radyo ve televizyon yayınları için ayrılmışlardır. Özellikle televizyon yayınları çok yüksek frekansa gereksinme gösterdiğinden çok yüksek frekanslar televizyon yayınlarında kullanılmaktadır. En iyi ses yayınları yüksek frekansla yapılan yayınlardan elde edilmektedir.

Dalgaların uzunlukları şöyledir:

Uzun dalga (UD) Long Wave-LW): 2000-1053 m.

Orta Dalga (OD) (Medium Wave-MW): 571-187 m.
Kısa dalga (KD) (Short Wave-SW): 130 -11 m.
Çok kısa dalga (ÇKD) (Ultra Short Wave-USW): 34-28 m. (UNESCO, 1987;4)

AM (Amplitude Modulation) ve FM (Frequency Modulation)

Gerek AM (amplitude modulation) gerekse FM (frequency modulation), radyo yayınlarının yer aldığı dalga boylarıdır. Radyo dalgalarındaki frekansların sıklığı o bandın, dalganın AM ya da FM olmasını belirler.[20]

Bu dalga boylarının özelliği kısaca şöyle tanımlanabilir:

AM (amplitude modulation) sesi aktarırken taşıyıcı dalganın yoğunluğunu, gücünü yükseltip alçaltabilir. FM dalgada ise dalganın yoğunluğu aynı kalır, ancak frekansı, dalganın uzunluğu değişir. FM istasyon AM'in yayımladığı işaretlerden daha çok frekans *ve* daha kısa dalga boyu yayımlar. FM istasyonlar işaretlerini ancak gözle görülebilen doğru (direkt) çizgi ile yayımlarlar ya da antenin gördüğü 30 millik bir yatay uzaklıkta gönderirler. Bunun için de FM istasyonlarının anten kuleleri olanak ölçüsünde yüksek yapılır. Dağlar, yüksek binalar hatta ağaçlar bile FM yayınını engelleyebilir. Bunun için FM istasyonlarının anten biçimleri yayınım sahası ve sesin nitelikli olması yönünden önemlidir. FM yayınları gündüz ve gece yayınımdan etkilenmezler, çünkü doğru (direkt) dalga ile yayınım yapmaktadırlar. FM bandında çok daha nitelikli sesler için çok yüksek frekanslı (VHF-Very High Frequency) elektromanyetik boşluk ayrılmaktadır.[21]

3.3 Yayınım Türleri

Elektromanyetik dalganın yayınımı üç biçimde olmaktadır.

- Doğru (direkt) dalga: Alıcı antenin verici antenini doğrudan doğruya görmesi durumunda alıcının aldığı yayınım şeklidir. FM radyo yayınları ile televizyon yayınları bu şekilde yayılır.

20 Frekansların çeşitleri ve simgeleri şöyledir:
Alçak Frekans (Low Frequency - LF) : 150 - 285 Kc/s.
Orta Frekans (Middle Frequency - MF) : 525 -1605 Kc/s.
Yüksek Frekans (High Frequency - HF) : 2300-26100 Kc/s. - Çok Yüksek Frekans (Very High Frequency - VHF; Ultra Yüksek Frekans (Ultra High Frequency - UHF) : 87.5-108 Mc/s. Bu frekanslardan VHF ile UHF frekanslarının dalga uzunlukları çok kısa olup,VHF metre ile 1-6 metre uzunlukta, UHF ise cm ile ölçülür. Türkiye'de UHF dışındaki diğer frekansların tümü kullanılmaktadır. UNESCO (1987, s. 24)

21 ABD'de 100 FM kanalından 88-105 MHz, (Megahertz) olan frekanslar VHF'e ayrılmıştır. Bunlardan da ilk 20 kanal (88-92) arası eğitsel FM kanalı, geri kalan kanallar arası ise tecimsel FM istasyonları olarak ayrılmıştır.

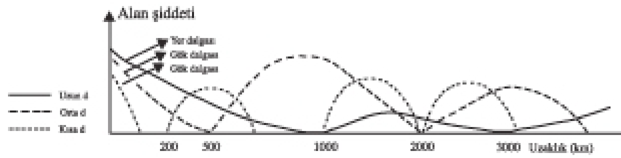
- Yer dalgası: Elektromanyetik dalgaların yeryüzünü ve engebeleri izleyerek yayılması ile meydana gelen dalgadır.

Bu dalga ile uzun dalga frekanslarında uzak yerlere, orta dalga frekanslarında daha kısa yerlere, kısa dalgada ise çok kısa yerlere ulaşılabilir.

- Gök dalgası: Elektromanyetik dalgaların atmosferin üst tabakalarından yansıyarak tekrar yeryüzüne düşmesi ile oluşan dalgalardır. Yansıma iyonosferden olur.[22]

Uzun dalga iyonosferden pek az yansıdığı halde, orta dalga geceleri iyi yansır, gündüzleri ise alt tabakalarda yutulur. Kısa dalga gece ve gündüz iyi yansır ve çok uzak yerlere gider. FM yansımaz (30 MHz’ten yukarı frekanslar yansımaz).

Bu yayınımın özellikleri dalga boylarına göre; yatay eksen km. cinsinden dalganın dinlenebildiği uzaklığı, düşey eksen bu uzaklıklara dalganın şiddetini göstermektedir (Şekil 3).



Şekil 3: Elektromanyetik dalganın yayınımı

Grafik, farklı dalgalarda yayının uzandığı uzaklığı göstermektedir. Kısa dalgalar iyonosferden yansıdıktan sonra yerden de yine yansırlar. Böylece ardarda yansımalarla yayın çok uzaklıklara ulaşır.

Grafikteki şiddet değerleri vericinin gücü ile orantılıdır, Bir radyo ya da televizyon verici yayının yayın bölgesindeki bir yerde elde ettiği şiddete ise *“Alan Şiddeti”* denir.

Yansıyan ve dağılan dalgalar nedeni ile verici istasyonunu görmeyen yerlerde de televizyon yayınları izlenebilir. Ancak dalgalar yansıma ve dağılma olaylarından ötürü çok zayıftır. Televizyon yayınımında (propagasyon) direkt (doğru) dalgadan

22 İyonesfer: Atmosferin üst tabakalarını oluşturan moleküller, güneşten gelen ve yüksek enerji taşıyan ultra viyole ışınlarının çarpmasıyla iyonlaşır. Atomlara çarpan bu ışınlar elektronu çekirdeğinden ayırırlar. Elektronlar negatif yüklü iyonlardır. Böylece oluşan iyonosfer, güneşi doğrudan gördüğü için gündüzleri kalınlaşır ve yeryüzüne yaklaşır. Geceleri ise bu tabakalar yükselir ve atmosferin yalnız üst kısmında kalır. Böylece yükseklik yeryüzünden 100-400 km. arasında olur.

farklı bir durum, yaz aylarında iyonosferden olan yansımadır. Bu olay ancak l. televizyon frekansların da yansımasına uygun olabilir. Örneğin, kuzey yarı kürede güneşin dönenceye ulaştığı Mayıs sonu -Haziran aylarında öğle ve öğleden sonraki saatlerde bu yansıma mümkün olmaktadır. Bu *"tesadüfi dalga"* çok uzak yerlere gidebilir. Söz gelimi, Ankara'dan Avusturya ve Orta Avrupa ülkelerinin yayınlarını alma olasılığı vardır (Hilliard, 1974).

Televizyonda kullanılan frekanslar yüksek olduğundan, dalgalar iyonosferden yansımazlar. Televizyonda yayınım (propagasyon) direkt dalgalar aracılığı ile olur. Yani televizyonda yer dalgası ve gök dalgası bazı durumlar dışında pratik olarak yok denilebilir. Televizyonda propagasyon doğru dalgalar biçiminde olduğundan bir televizyon istasyonunun alanı vericiden görülen alana çok yakındır. Daha fazla alanın görülmesi için televizyon verici istasyonları genellikle yüksek tepelerde kurulur. Televizyon propagasyonunda direkt dalga asıl olmakla birlikte tepeden ve binalardan yansıyan ve dağılan dalgalar da vardır.

3.4 Kablolu Televizyon Yayınları

Kablolu televizyon (cable television / community antenna television), televizyon yayınlarının başlamasından sonra, yayınların doğrudan gök dalgaları ile olmasından ötürü bir kısım bölgelerin yayınları ya hiç ya da nitelikli olarak alamaması sonucu ses ve görüntü sinyallerinin telle (kablo) televizyon alıcılarına aktarılmasıdır. Bu tür yayınlara, ilk kez 1948 yılında, özel girişimci yayın sisteminin egemen olduğu ABD'de engebeli doğa yapısının yoğun olduğu bölge olan Penslyvania eyaletinde başlanmıştır.[23]

Bu yayın sisteminin temeli, bir yayın istasyonundan yapılan televizyon yayınlarının, bu iş için uygun olan koaksiyel (coaxcial) tellerle (kablolarla), yayınların izleneceği yerlere taşınmasıdır. Bunun için gerekli olan önkoşul, bu tellerin taşınmasına uygun bir alt yapının olmasıdır. Bunun için ya ortak antenli sistemler ya da yöresel antenli telli (kablolu), televizyon sistemleri kullanılmasıdır. Ortak antenli (collective antenna) sistemlerde, tek bir antenden birden çok yere (ev, işyeri) mesajlar iletilmekte; yöresel anten (Community Antenna Television - CATV) sisteminde ise televizyon yayınları telle bir yörenin tümüne dağıtılmaktadır; ikisi arasındaki fark nicelik, sayı açısındandır.

23 Kablolu yayınlar konusunda geniş bilgi için bkz. Ünlen Demiralp 1984.

Kablolu televizyon yayınlarından yararlanmak bu hizmet için yapılan ödeme ile olanaklıdır. Yayınların kaç kanaldan alındığına bağlı olarak aylık belirli bir ücret ödenmektedir. Bu tür bir yayının gelir getiren bir iş olması, bu yayınların sonraki yıllarda, başta ABD olmak üzere Batı dünyasında, hızla yayılmasına neden olmuştur. Kuskusuz, elektronik teknolojisindeki hızlı gelişmelerin de bunda önemli katkısı vardır. Özellikle, iletişim uydularından televizyon yayınları için yararlanma, kablolu televizyon yayınlarına da bu olanağı vermiştir. Günümüzde bu yayınlar kimi yerlerde doğrudan, yayın istasyonundan alıcıya kadar telle dağıtılmakla birlikte, pek çok alanda iletişim uydularından yararlanılarak, önce yayınlar iletişim uydularına gönderilmekte, yer istasyonları ile alınarak telle dağılımı yapılmaktadır. Böylece telle dağıtım o ülkenin tümünü, hatta çevre ülkeleri bile kapsamaktadır.

Başlangıçta nitelikli televizyon yayınlarının alınması amacıyla yapılan kablolu televizyonlarda, daha sonra giderek o ülkenin normal televizyon yayınlarının dışına çıkarak, belirli konularda yoğunlaşan, örneğin haber, eğlence programları, sinema filmleri, eğitim programları, spor, çocuk, yöresel yönetimlerin konuları ile ilgili yayınlara başlanmıştır. Özellikle 1972 yılından beri ABD de çeşitli eğitim kurumları, yerel yönetimler kablolu televizyon yayınlarından yararlanarak hizmetlerini bu yolla daha etkili olarak yapmaya çalışmışlardır.

Günümüzde iletişim teknolojisindeki gelişmelerin de yardımı ile kablolu yayınlarda televizyonun programlı yayınları dışında, yalnızca bireylerin belirli gereksinimlerine yanıt veren, günlük gazetelerin okunması, borsa, çarşı-pazar hatlarının öğrenilmesi ya da belirli konularda bilgi edinmek gibi çeşitli alanlarda iki yönlü iletişim (two way communication) uygulaması da vardır. 80'li yıllarda giderek yaygınlaşan teletext, video-text, teledon, CEEFAX gibi adlarla anılan bu hizmetler günümüzde de sürmektedir.[24]

Kablolu yayınların ülkelerdeki durumu:

Kablolu televizyon yayınlarının ilk olarak ABD de başlaması ve bu ülkede özel girişimin her konuda olduğu gibi elektronik yayıncılığı da elinde bulundurması, bu tür yayınların da öncelikle ABD de yaygınlaşmasına neden olmuştur. Ülkenin çok geniş olması ve coğrafi yapı da bu yaygınlaşmayı hızlandıran diğer öğeler arasındadır.

24 Bu sistemlerden CEEFAX hizmeti, 1974 yılında İngiltere'de başlatılmıştır. BBC ve ITV (Independent Television) tarafından, düğmeye basarak seçme olanağı ile izlenebilen yüzü aşkın konuda haber ve bilgi sayfaları geliştirilmiştir.

ABD de 1959 yılında 560 kablolu yayın yapan istasyon ve 550 bin abone varken, bu sayılar 1972 yılında 2883 istasyona ve 6 milyon aboneye, 1983 yılında ise 4300 istasyona ve 44,5 milyon aboneye, 1994 yılında ise 11217 istasyona ve 58,8 milyon aboneye yükselmiştir. Oran olarak söylemek gerekirse, evlerin % 62,5'i kablolu yayın hizmetinden yararlanmaktadır. Bu yayınların şebeke niteliğinde yayın yapan kanalları iletişim (haberleşme) uyduları aracılığı ile yayın yapmaktadır. Tüm yayınlar uyduya çıkmakta bundan ötürü de ülkenin, söz gelimi New York'ta yapılan bir yayın Batı yakasında da aynı anda kablolu yayın olarak izlenmektedir.

Kablolu yayın konusunda da ABD, radyo ve televizyonda Avrupa ülkelerinin geçirdiği sıkıntıları geçirmemiştir. Çünkü başlangıçtan beri radyo ve televizyon yayınlarının özel kesimin elinde olması, toplumda yasalara saygısızlık ya da yasalara karşı gelmenin bedelinin ağır olması gibi nedenlerle, yayıncılıktaki teknolojik gelişmeler ve toplumsal değişmeler zamanında çıkarılan yasal düzenlemelerle karşılanmıştır. Oysa Avrupa'da devlet yapısının merkezi olması, yayınların devletin elinde tekel olarak toplanması ya da İngiltere gibi, özel yayıncılığa çok sıkı kayıtlar altında izin verilmiş olması, kablolu yayın konusunda da sorunlar yaratmıştır.

Kablolu yayınların Avrupa ülkelerindeki durumu, oldukça eskiye gitmektedir. Bu konuda en eski girişim İngiltere'de görülmektedir. İlk kablolu televizyon yayınını 1951 yılında başlatan İngiltere'de gelişme çok güç olmuş, yayınlar çok dar bir bölgeye yönelmiştir. 1982 yılında ulaşılan abone sayısı 2.450.OOO'dir. Bu sayı tüm televizyon alıcılarının % 12'sini oluşturmakta idi. 1994 yılında bu sayı 58 milyonu aşmıştır.

Avrupa'da kablolu yayın konusunda en ileri durumda olan ülkeler Belçika ve Hollanda'dır. Bu ülkelerde farklı dilleri kullanan etnik grupların bulunması (Flamanlar, Fransızca ve Almanca konuşan Hollandalı ve Belçikalılar), Avrupa ülkelerinin birbirlerine çok yakın olmaları ve coğrafik yapılarının kablolu yayınların alt yapısı için uygun olması gibi nedenlerle 1960'lı yıllardan başlayarak kablolu yayına aşamalı olarak başlamışlardır.

Avrupa'da, nüfus dikkate alındığında en yaygın kablolu televizyon yayınları Belçika'da bulunmaktadır. 1960'lı yıllarda ilk kablolu yayınları başlatan ülkelerden biri olan Belçika'da 1984 yılında evlerin % 87'sinde, 1994 yılında ise % 91'inde, bugün ise tamamına yakın kısmında kablolu yayın vardır. Bunun önemli nedenleri arasında Belçika'nın etnik yapısı ve ülkedeki özel girişime kablolu televizyon yayın hakkının verilmesi gösterilebilir.

Avrupa'da Belçika'dan sonra en çok kablolu televizyon yayını bulunan ikinci ülke Hollanda'dır, özel kablolu yayınlara izin verilen bu ülkede 1983 yılı istatistiklerine göre alıcıların % 62'si, 1990 istatistiklerine göre ise evlerin % 80'i, 2000'li yılların istatistiklerine göre tamamı kablolu televizyon yayınlarına bağlıdır.

Yayın tekelinin devletin elinde olduğu Fransa'da kablolu yayınla ilgili ilk girişimler 1972 yılında ORFT (Office de Radiodiffusion - Television Francaise) tarafından başlatılmıştır. Ancak yayılması, İngiltere'de olduğu gibi yavaş olmuştur. 1980'li yıllarda gelişme göstermiş; 1983 yılında abone sayısı yarım milyona, 1986 yılında 1,5 milyona, 1992 yılında ise bu sayı 7 milyona ulaşmıştır.

Batı Almanya'daki kablolu televizyon yayınları 1980'li yıllara kadar nitelikli televizyon yayınlarını alamayan dağlık bölgelere yayınları ulaştırma biçiminde gelişmiştir. 1982 yılında Alman Hükümeti bu alanda büyük yatırımlara girişmiştir. Bugün Batı Almanya'nın uydu yolu ile kablolu yayınları SAT l, RTL Plus, Tele 5 gibi adları taşımaktadır. Batı Almanya'da kablolu televizyon yayını alan abone sayısı 1986 yılında 770 bin dolayında iken bu sayı 1989 yılında hızla 18.3 milyona çıkmıştır. Böylece evlerin % 58'ine kablolu yayın girmiştir. 2000'li yılların başında % 80'e ulaşmıştır.

Kuzey Avrupa ülkeleri olan İsveç, Norveç ve Finlandiya'da kablolu yayınlar diğer Avrupa ülkelerine göre geç başlamakla birlikte hızla yaygınlaşmıştır. Özellikle, Batı Avrupa ülkelerinde televizyon yayınlarının uydu yolu ile yapılması sonucu, yayınların ulusal sınırları aşarak bu ülkelerden de izlenmeye başlanması, Kuzey Avrupa ülkelerinin yeni arayışlar içine girmelerine neden olmuş ve kablolu yayınları başlatmışlardır. Devletin elinde olan yayınlar kablolu yayınlar için özel kesime de verilmiştir. Kuzey Avrupa ülkelerinden ortak izlenen "Filmnet" ise bir tür ödemeli televizyon (pay TV) kanalı olarak kablolu yayın yapmaktadır. Bu ülkelerden İsveç'te 1986 yılında abone sayısı 200 bin, 1987'de 400 bin 1990 yılı başlarında ise bir milyonu geçmiştir.

Günümüzde, Avrupa'nın Akdeniz kıyısındaki ülkelerinde kablolu yayınların durumu oldukça farklıdır. Bu ülkeler arasında gerek genelde televizyon yayınları ve gerekse kablolu televizyon yayınlarını ilk başlatan ülkelerin başında İtalya gelmektedir. Bu gün de kablolu yayınlar tüm ülkede izlenmektedir. İtalya'da özel televizyon yayınlarının önce yasalara aykırı olarak, daha sonraları ise yasal düzenlemeler çerçevesinde serbest bırakılmasından sonra kablolu ya da karasal vericili televizyon yayınları konusunda çok seslilik olmuş, radyo ve televizyon istasyonları

sayısı birden artmıştır. Ancak bir süre sonra bu istasyonlar doğal süreç içerisinde elenmişlerdir.[25]

Görüleceği üzere, kablolu yayın olgusu, televizyon yayıncılığına göre oldukça yeni bir olgudur. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte, kanal sayılarının yasal ya da yasal olmayan yollarla giderek artması, yayın hizmetinin, özellikle merkezi yönetimle yönetilen ülkelerde hem içerden ve dışardan gelecek yayınlara karşı denetimi sağlamak, hem de yayın kalitesini düşürmemek amaçları ile özellikle Batı ve Orta Avrupa ülkelerinde yoğun olarak kullanılmaktadır.

3.5 Yüksek Tanımlamalı Televizyon

Daha iyi görüntü, daha iyi ses alabilmek için elektronik teknolojisinde yapılan çalışmaların en son ürünlerinden biri de *"Yüksek Tanımlamalı Televizyon" (High Definition Television* / HDTV) sistemi ile ilgili çalışmalardır. 2000'li yılların televizyon tarama sistemi olarak kabul edilen bu sistemde televizyon yayınlarındaki görüntü bozukluğu; tarama çizgileri, titremeler, kırpışmalar, renklerin karışması gibi olumsuz hususlar tüm olarak ortadan kaldırılmıştır. Bu özelliklerin olmaması için şimdiye değin kullanılan 505, 625, 819 gibi tarama sistemleri değiştirilerek, taramanın en az 1100 çizgide olması gerekmektedir. Ayrıca, radyo frekans (RF) bandının genişliği de değişerek 60 MHz'e çıkarılmaktadır.[26]

Son 15 –20 yılın teknolojik gelişmelerinin ürünü olan bu tekniği ilk uygulayan ülke Japonya'dır. Japon Radyo ve Televizyon Kurumu (NHK), 1125 tarama çizgili olarak geliştirdiği bu sistemi, dünya standardı olarak kabul ettirmek istemişse de özellikle Avrupa ülkeleri, şu anda kullandıkları 50 hz. şebeke besleme frekansından ötürü bu sistemi kabul etmemişlerdir. Sistemle ilgili olarak uzun yıllar Avrupa, ABD ve Sovyetler Birliği'nde daha sonra ise Rusya Devletler Topluluğu'nda çalışmalar ayrı ayrı sürdürülmüştür. Avrupa ülkelerinin EUREKA - 95 projelerinde bu konuda çalışmalar yapılmış ve Japonların 1125 tarama sistemine karşı 1250 çizgi ve 50 hz. ya da 100 hz. sistemleri önerilmiştir. ABD ise FCC (Federal

25 Akdeniz ülkeleri içerisinde kablolu yayına sahip diğer bir ülke Yunanistan'dır. Yakın zamanlara kadar çok sınırlı sayıda (2500) aboneye sahip Plaka (Eskişehir) çevresinde uydu yolu ile yayın yapan kablolu bir yayın istasyonu dışında Xanthi ve Komotine adları ile doğrudan kablo ile dağıtımı yapılan iki küçük yöresel kablolu yayın daha vardır. Akdeniz ülkelerinden İspanya ve Portekiz'de kablolu yayınlarla ilgili yasal düzenlemeler yapılmasına karşın, uzun süre etkili bir kablolu yayın şebekesi kurulamamıştır.

26 Yüksek Tanımlamalı Televizyon (HDTV) sistemi, bu tür yapılacak bir yayının alınması için ekran boyutlarını da çok büyütmekte ve 16/9 gibi bir orana çıkartmaktadır.

Communication Committee)'ye bağlı, bu konuda yoğun araştırmalar yapan özel bir komite kurulmuştur.[27]

Yüksek Tanımlamalı Televizyon sistemi, yalnızca televizyon taramasını değil, bunun yanında yapım ile ilgili tüm sistemi de etkilemektedir. Görüntü yapımlarında kullanılan kamera, video, kurgu gibi tüm ilgili teknoloji de değişmektedir. Televizyon yayınları ile ilgili bir dünya standardının oluşturulmasının elde var olan tüm sistemlerin kullanılmamasına neden olacağı açıktır. Süper güçler ya da blok ülkeler arasında yapılan bu yarışı, dünya standardı olarak kabul edilecek sistemin ülkelere, toplumlara ve özellikle teknoloji transferi yapan gelişmekte olan ülkelere, toplumlara yapacağı etkileri ekonomik açıdan da değerlendirmek gerekir.

3.6 Uydular Yoluyla Yayın

Son 25 yıldan bu yana, geleneksel olarak yer ve gök dalgaları ile yapılan radyo ve televizyon yayınları, uzay teknolojisinde meydana gelen hızlı gelişmeler sonucu, uzaya gönderilen iletişim uyduları aracılığı ile de yapılmaya başlanmıştır. Ülkemizi de etkisi altına alan bu tür yayınlar, günümüzde pek çok gelişmiş ülke tarafından kullanılmaktadır.

İletişim uyduları ile yapılan radyo ve televizyon yayınlarının başlangıcı 1977'lere gitmekle birlikte, bu konudaki çalışmaların, bir başka deyişle iletişim uyduları ile ilgili tarihçenin çok daha eskiye, 1957'lere uzandığı görülmektedir. Bu konuda ilk somut sonucu alınan çalışma, 1957 yılında Sovyetler Birliği tarafından uzaya fırlatılan *'Sputnik l'* uydusudur. Bu çalışmayı daha sonraları, başta ABD olmak üzere diğer Avrupa ülkelerinin çeşitli amaçlarla uzaya gönderdikleri iletişim uyduları izlemiştir. Bu uydular içerisinde *"TELSTAR"* adlı iletişim uydusu Amerika'dan Avrupa'ya ilk canlı televizyon yayınını gerçekleştirmiştir. Dünyadaki uydu iletişiminin gelişmesi ise, 1964 yılında Batılı onbir ülkenin bir araya gelerek oluşturdukları *"INTELSAT" (International Telecommunication Satellite Consortium)*'ın kurulmasından sonra olmuştur.

27 Japonya'nın önerdiği 1125 ve 60 mhz. tarama sisteminde, işaretlerin varolan kanal ve band genişliklerinden taşınması olanak dışı olduğundan, Japonya bunun için MUSE (Multiple Sub-Nyquist Sampling Encoding) adlı bir sistem geliştirmiştir. Bu sistem ilk kez 1988 Seul Olimpiyatları sırasında Seul'dan Tokyo'ya görüntü aktarımında kullanılmıştır. Avrupa ülkeleri ise, MUSE sistemine karşı HD-MAC (High Definition Multiplexed Analog Components) standardını geliştirme çalışmaları yapmıştır.

INTELSAT'ın uzaya gönderdiği ilk yeryüzü ile eş zamanlı (geostationary) uydu olan *EARLY BIRD* uydusu, iletişimin uydu yolu ile yapılmasını yaygınlaştırmıştır. Sonraki yıllarda ise, *INTELSAT*'a bağlı olarak pek çok iletişim uydusu gönderilmiştir. 2000'li yılların başında ise 16 iletişim uydusu 300 yer istasyonu aracılığı ile 155 dolayında ülkeyi birbirine bağlamaktaydı.

Dünyada iletişim uydularının tecimsel olarak radyo ve televizyon kanalları için kullanılmaya başlanması, ABD'deki *RCA* firmasının uzaya fırlattığı *SATCOM - l* tecimsel uydusu ile olmuştur. *HBO (Home Box Office)* firması kablolu yayınlar için SATCOM - l'den bir aktarıcı (trans-ponder) kiralayarak yayınlarını bu aktarıcı aracılığı ile yapmıştır. Daha sonraki yıllarda ise, tecimsel amaçlı iletişim uydularının sayısı, güçleri ve buna bağlı olarak taşıdıkları aktarıcı sayısı hızla artmıştır. Söz gelişi, ilk iletişim uydusu olan *EARLY BIRD*' in gücü 40 watt iken, *INTELSAT* - *IV*'ün gücü 400 watt yükselmiştir. Uydulardan tecimsel televizyon yayınlarının başlaması ile ilgili teknolojide de önemli gelişmeler olmuştur. Uydudan gelecek yayının yerden alınması için gereken televizyon yer alıcı antenlerinin - TVRO (Television Reciever Only) yaygınlaşmasına neden olmuştur. Ancak bu antenlerin pahalı olması, uydulardan yapılan yayının telle (kablo) dağılımı daha ucuza getirdiğinden, televizyon şirketleri uydudan kiraladıkları aktarıcılardan kablolu yayınlar için program aktarmaya başlamışlardır. Bir merkezden uyduya gönderilen programlar belirli yerlerdeki TVRO'lar ile alınmakta, abonelere kablo ile dağıtılmaktadır. Kuşkusuz bu dağılımda da, daha önce de sözü edildiği üzere, alt yapının olması gerekmektedir (Uğur, 1987).

3.7 Doğrudan Yayın Uydusu (DYU)

Doğrudan Yayın Uydusu (DYU) (Direct Broadcast from Satellite - DBS), yeryüzünden gönderilen yayınları alarak belirli bir bölgeye aktaran, bu amaçla uzaya fırlatılan uydulardır. Diğer iletişim uydularından en önemli farkı, doğrudan yayın amaçlı çok yüksek frekanslı uydular olduğundan, bu uydulardan verilen sinyallerin doğrudan, arada herhangi bir yer sistemi olmaksızın bireysel ya da toplu olarak çok küçük çanak antenlerle alınabilmesidir. Sistemin alıcıya ucuza gelmesi, yayınların en uzak noktalara kadar herhangi bir yeryüzü engeli tanımadan ulaşabilmesi, ülkeleri bu konuya eğilmeye yöneltmiştir. Ancak, bu sistemin işlemesi için çok harcama gerektirmesi, ülkelerin bu konudaki girişimlerini geciktirmiştir.

Konuya ilk eğilen ülkelerin başında, geniş topraklara sahip ABD ve Kanada gelmektedir. Ancak, yapılan çalışmalar henüz istenilen düzeye gelmemiştir. Japonya'nın bu konudaki girişimleri daha başarılıdır. 1978 yılından beri yapılan çalışmalar sonucu Japonya, BSE -1 adlı uydusu ile ülkenin uzak adalarına televizyon yayınlarını ulaştırmış, 1984 yılında ise BSE - 2 uydusu ile de kapsama alanını genişletmiştir. Avrupa'da ise Fransız - Alman ortak çalışması sonucu TV-SAT l, Fransa'nın TDF -1 doğrudan uydu yayınları yapmakta, İtalya'nın Olimpus ve İsveç'in TELR - X ile ilgili çalışmaları sürmektedir. Avrupa'da, ABD'nin tersine geniş topraklar yerine birbirlerine sınırı olan ülkeler topluluğu vardır. Bu bakımdan doğrudan uydu yayınının, hukuk açısından gerçek televizyon yayını sayılması, Avrupa ülkeleri arasında sorunlar yaratabilecek niteliktedir. Sorunu çözümlemek üzere Avrupa ülkeleri arasında konu ile ilgili toplantılar sık sık yapılmakta, ülkelerin egemenlik haklarını bozacak davranışlardan kaçınılmaktadır.[28]

3.8 Sayısal (Dijital) Yayıncılık

2000'li yıllarla birlikte tüm dünyada yeni teknoloji yaşanıyor: Dijital yayıncılık; *"Dijital Radyo Yayıncılığı"* ve *"Dijital Televizyon Yayıncılığı*". Bu devrimin evlerimize açılan kapısı ise, radyo ve televizyonun, klasik yayınımının değiştirerek İnternete dayalı yeni bir yayın teknolojisini ortaya koymasıdır. Yüzyılımızın özellikle son çeyreğinde, sayısal teknolojide görülen gelişmeler yayıncılık sektöründe de yaşanmıştır. Stüdyoda üretilen sayısal görüntü ve ses sinyallerinin, tamamen sayısal olarak ileri modülasyon *(COFDM)* ve bit-hızı azaltma *(MPEG)* teknikleri kullanılarak alıcılara kadar ulaşması sağlanmıştır

1990'lı yıllarda Avrupa ve ABD'de başlayan ve giderek yaygınlaşan sayısal (dijital) yayıncılık, dijital platform işletmeciliği; uydu üzerinden sayısal (dijital) TV yayınlarının yapılmasıdır. Sistemin işleyişi şöyledir: Head-end sistemlerinde dış kaynaklardan alınan yayınlar ve içeride üretilen programlar gerekli uluslararası normlarda teknik kalite kontrollerinden geçtikten sonra, Encoder - Multiplexer grupları üzerinden sıkıştırılmış sayısal paketler halinde, Eutelsat gibi uydu yer istasyonları aracılığıyla haberleşme uydularına gönderilir. Uydudan alınan dijital

28 Avrupa'daki tüm ülkeleri kapsayan uydu çalışmaları için EUTELSAT (European Telecommunication Satellite - Avrupa Uzak iletişim Uydusu) adıyla bir kurul oluşturulmuştur. Bu kurulun eşgüdümünde EUROSAT, "Doğrudan Yayın Uydusu Projesi"ni uygulamaya koymuştur. Türkiye de bu projeye girmiştir. Projenin tamamlanması ile tüm Avrupa'yı kapsayan ortak yayın sistemi kullanılarak doğrudan televizyon yayınları yapılabilecektir.

formattaki yayınlar çanak antene monteli olan LNB (Low Noise Block Converter) ve uygun aktarım elemanlarıyla (koaksiyel kablo dağıtıcı, yükseltici malzemeler) diji kutuya yayın gönderilir. Dijital olan bu yayın, diji kutular aracılığıyla izleyicinin televizyonuna gelir (bkz. Şekil:4) (www.digiturk.com.tr). Sayısal yayınlardan, bu işi yapan servis sağlayıcılarından para karşılığı bu hizmete abone olunarak yararlanılabilir.

3.9 Karasal Dijital Yayıncılık

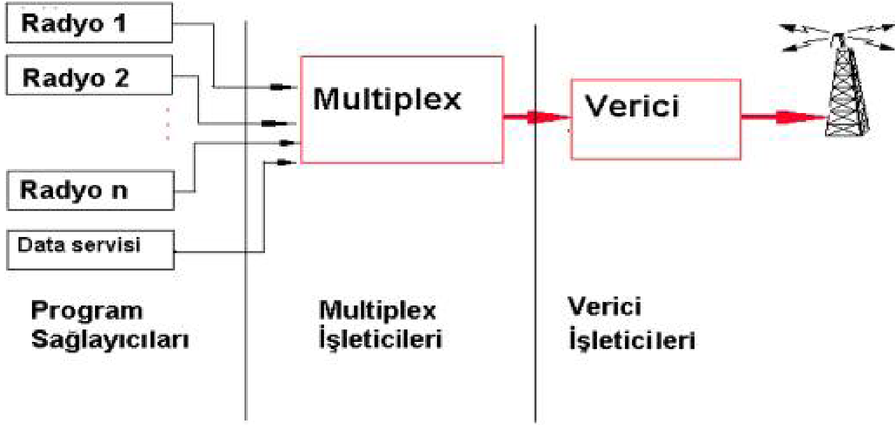
İletişim teknolojisindeki gelişmelerin radyo ve televizyon yayınlarına en son yansıması, dijital yayınların karasal vericilerle yapılmasıdır. Karasal Sayısal Televizyon Yayını (DVB-T/Digital Video Broadcasting – Terrestrial) ile Karasal Sayısal Radyo Yayını (T- DAB/ Digital Audio Broadcasting) uydudan yapılan dijital (sayısal) yayının izlenmesi, bu amaca yönelik çanak antenler ya da bu hizmeti sağlayan hizmet sunucularının abone yolu ile bu yayınları evlere ya da iş yerlerine götürmesiyle sağlanmaktadır. Oysa günümüzde sayısal teknoloji bu yayınların karasal (terrestrial) vericilerle verilerek, normal antenlerle alınıp, herhangi hizmet platformuna abone olmaya ihtiyaç duyulmadan, izlenmesine olanak tanımaktadır. Bunun için gerekli olan evdeki alıcılara bir "set üstü" aletin takılmasıdır. Zaman içerisinde bu aleti de içine alan yeni televizyon ve radyo alıcılarının da yapımı tasarlanmaktadır. Bu konuda, Avrupa ve Amerikan ülkelerindeki faaliyetler hızla ilerlemektedir.

Karasal dijital televizyon yayıncılığa paralel çalışmalar radyo yayınları için de yapılmaktadır. Özellikle dünyada sayısal radyo yayıncılığında, son 15 yıldır çok hızlı gelişmeler olmuştur. 1987'de Eureka-147 adıyla kurulan *Sayısal Radyo* oluşumu bir Avrupa projesidir. Bu sistem, başlangıçta 18 kurucu üye ile birlikte katılan şirketler ve araştırma kuruluşlarınca geliştirilmiştir.[29]

Ancak, sayısal yayınların alınabilmesi için özel alıcıların gerekmesi, parasal bir külfeti getirdiğinden fazla yaygınlaşamamıştır. Bu konuda en ileri devlet İngiltere'dir. Bunu Fransa izlemektedir.

29 Bu projeye 125 milyon DM'den fazla para harcanmıştır. Sadece 1987-1991 yılları arasında Alman Araştırma ve Teknoloji Bakanlığı, projeye 30 milyon DM aktarmış ve yaptığı katkılarla projenin liderliğini üstlenmiştir. 1993 yılında Eureka-147 kapılarını dünyaya açarak Avrupa dışından da katılımcılar kabul etmiştir. Bugün tüketici elektroniğindeki dünyanın en önde gelen şirketleri bu projenin üyeleri arasındadır.

1994 yılında *Avrupa Yayın Birliği (EBU)* Avrupa'da bir *DAB (Sayısal Radyo Yayıncılığı)* platformu kurulmasını önermiş ve Ağustos 1995'te Euro-DAB Forum olarak kurulmuştur.[30]



Şekil 4. Dijital radyo yayınlarının çalışması

Geleceğin yayıncılığı dijital yayıncılık ile ilgili daha ayrıntılı bilgi vermek gerekirse, özellikleri şu gruplar altında toplanabilir:

- Teknik özellikler olarak, daha kaliteli ses ve görüntü vardır.
- Uydu aktarıcısından (transponderden), analog yayına göre dört kat fazla televizyon kanalı yayını yapılabilir. Bu ise maliyeti 4 kat daha azaltmaktadır.
- Hava koşulları bu tür yayınları etkilemez. Görüntü ve ses herhangi bir hava koşulundan etkilenmez.
- Dijital görüntünün kopyalanması, dağıtılması, farklı iletişim kanallarına aktarılmasında kalite aynıdır.
- Analog yayında görülen, yayınların izlerkitlenin görmemesi, duymaması gereken hususlar elenebilir, değiştirilebilir, yeniden gözden geçirilebilir.

30 Üye sayısı, Avrupa dışından da katılımlar olmasından ötürü artmış ve oluşumun ismi de Ocak 1997'de ***WorldDAB*** olarak değiştirilmiştir. Bu isim, Eureka -147 DAB sisteminin bütün dünyaya yayıldığını ve kabul gördüğünü göstermektedir. Ayrıca ülkeler kendi DAB platformlarını oluşturarak, 3-21 Temmuz 1995 tarihleri arasında Almanya-Wiesbaden'de Avrupa Posta ve Telekom İdaresi (*CEPT)* tarafından yapılan olağanüstü toplantıda, Avrupa'daki T-DAB (Karasal Sayısal Radyo Yayıncılığı) frekans bloklarının ülkelere pay edilmesiyle, proje çalışmalarını uygulamaya koymuşlardır.

- Bu tür yayınlar, doğası gereği, interaktif yani etkileşimli bir tekniğe sahiptir. İzlerkitle ile veri aktarımı yapılabilir.
- İzlerkitleye, televizyon yayınları yanında trafik, yol bilgisi, hava durumu, borsa, spor bilgileri, teleteks bilgileri görüntü ya da alt yazı olarak gönderilerek, veri yayıncılığı olanağı doğurur.
- Dijital televizyon yayınında görüntü sinyalleri 4:3 ya da 16:9 ebatlarında seçimlik olarak izlenebilmektedir.
- İzlerkitleye, istediği programı izleme olanağını tanır. İsteğe bağlı farklı programları yönlendirebilir.
- Internet ve dolayısıyla interaktif teknoloji ile yayın yapan Dijital Televizyon Teknolojisi, alışveriş ve ticaret kavramlarını yeniden şekillendirmekte ve televizyon ekranıyla evden alışveriş (home-shopping), bankacılık (home-banking) işlemleri yapmak, cep telefonuna kontör yüklemek, cep telefonuna veya TV ekranına mesaj göndermek, müşteri hizmetlerinin bütün servislerine ulaşmak gibi olanakları sağlamaktadır.
- Frekans spektrumunun etkin bir şekilde kullanılmasını sağlar.
- Sayısal yayının kablo veya uydu üzerinden yapıldığında, hangi programın kaç kişi tarafından izlendiği ölçülebilecektir. Bu ise, reklamcılar başta olmak üzere ilgili tarafların, reytingini öğrenmelerini sağlayacaktır.
- Çocuklar için video oyunları ve eğitici programlar sağlama olanağı yaratır (Avşar,2005; Durmaz, 1999 4-6; www.digiturk.com.tr).

Sayısal yayınların izlenebilme koşulları: Sayısal radyo ve televizyon yayıncılığının gelişmesi, bu yayınların izlenmesine de bağlıdır. İzleme ise iki türlü yapılabilmektedir. Bunlardan ilki, varolan radyo ve televizyon alıcılarına ek bir teknik donanım gerekmektedir. Buna, "set üstü cihaz" (STB- Set Top Box) denilmektedir. İkinci bir izleme yolu ise, bu tür yayınları alabilecek teknik özellikle donatılmış yeni radyo ve televizyon alıcılarının alınmasıdır. Bu da izlerkitle için yeni harcama yapılması demektir.

3.10 İnternet Yayıncılığı

Internet'in radyo ve televizyon yayıncılığında kullanılması 20. yüzyılın sonlarına doğrudur. Önce radyo yayınlarının Internet yolu ile yayını gerçekleştirilmiş, televizyon yayınlarının izlenmesi ise, 2000'li yıllarla başlamıştır. Bu teknik, İnternete

bağlı bir bilgisayara sahip olma koşuluna bağlı bir tekniktir. Tıpkı radyoda olduğu gibi, televizyonda da izlenmesi sınırlıdır. Çünkü Internet yolu ile radyo izleme bilgisayarda çalışmayı engellemediği halde, televizyonun görüntülü olması nedeniyle izlemek daha sınırlıdır denilebilir. Çünkü Internet bağlantısı yanında bilgisayarın bu yayınları alabilecek donanımda olması gerekir. Ancak, yine de bir izleme tekniği olarak çok önemli kolaylık sağladığı, dünyanın herhangi bir yerinde bir küçük yerel televizyon yayınını dahi izlenebilme olanağını yaratması yayıncılık açısından son derece önemli bir gelişmedir.

3.11 Video

Televizyon teknolojisindeki elektronik gelişmelerin bir diğer ürünü de video (görüntü aracı) dur. 70'li yılların görüntü alanında en büyük buluşu olan videonun kullanılmaya başlanması, kuşku yok ki görsel kitlesel iletişim araçlarına yeni bir boyut getirmiştir.

Kitle iletişim araçları içerisinde yer alan bu teknolojide, aracın tek başına çalışması olanaksız olup, görüntünün izlenebilmesi için televizyon alıcısına, görüntü malzemesi olarak da videobandına gereksinimi vardır. Bir başka deyişle, videodan yararlanabilmek için, video göstericisi (video player), televizyon alıcısı ve görüntü malzemesini taşıyan görüntü bandının (video-casette) üçü bir arada çalışması gerekir. Video aracının yalnızca görüntü bandını göstermesi dışında, aracın niteliğine bağlı olarak, televizyon yayınlarının yazımlanması gibi çok önemli bir işlevi de vardır. Televizyonda yayımlanan herhangi bir yayının saklanması istendiğinde bu yayının, boş görüntü bantlarına (video-casette) alınarak saklanması ve kullanılması mümkündür. Ancak, burada video kayıt cihazına (video recorder) ihtiyaç vardır. Bu özelliği ile ses bantlarına benzerlik gösterir. Bu özellik, video olgusunun önemli bir boyutunu ortaya koymaktadır. Video, bu durumu ile televizyonun bir yan ürünü olarak ele alınması gerekir. Gerçekte, pek çok yönleri ile televizyon ile iççice girmiş durumdadır. Görüntü bandının (video casette) üretimi, tıpkı televizyon yayınları için yapılan biçimi ile elektronik olarak yazımlanmaktadır. Yazımlanmanın elektronik olmasına karşılık yayımlanması elektronik yayın olarak değil, kablo ile olmaktadır. Bu yönü ile kapalı devre ya da kablolu televizyon yayınına benzetilebilir. Kuşkusuz, gerçek anlamı ile kablo yayın olabilmesi için farklı durumların olması gerekir. Video olgusu, gösterim açısından sinemaya da benzerlik göstermektedir. Sinema filmleri mekanik olarak film şeridine yazımlanmakta, film

makinası ile gösterilmektedir. Video olgusunda ise ileti (mesaj) görüntü bandına (video casette) elektronik olarak yazımlanmakta, tıpkı sinema filmlerinde olduğu gibi, video aracı (video player) ile izlenebilmektedir. Gösterim, elektronik olmadığından, isteğe bağlı olarak belirli yerlerde gösterilebilmektedir. Aynı durum, sinema filmleri için de söz konusudur. Kuşkusuz burada en önemli fark, sinema filmlerinin sinema salonlarında gösterilmesi, dolayısıyla çok kişi tarafından izlenebilmesi olanaklı iken, görüntü bantları (videobant) video aracı sahibi kişilerce, yani az sayıda kişi tarafından izlenebilmektedir. Ancak, burada amaca bağlı olarak toplu izleme olanağı vardır.

Video aracının ortaya çıkışı ve kullanılışı, videobanda yazımlanmış mesajların izlenmesi şeklinde olmakla birlikte, bir başka işlevi de, aracın özelliğine bağlı olarak, televizyon yayınlarının yazımlanmasını sağlaması, dolayısıyla televizyon yayınlarının kalıcılığına neden olmasıdır. Video - bant yazımlayıcı (video tape-recorder) özelliği olan araç ile televizyondan istenilen kanaldan istenilen programlar yazımlanabilmekte, alıcı yönünden yayınların kalıcılığı, yeniden izlenebilmesi ya da yayın sırasında izlenemeyen bir programın video - banda yazımlanarak izlenebilmesi olanağı doğmaktadır. Böylece video için, *'televizyon yayınlarını kalıcı kılan bir teknolojidir'* denilebilir.

Günümüzde video yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak, kullanım amacı farklılık göstermektedir. İlk yıllarda geniş halk kitlelerince kullanılması, daha çok televizyonun vermediği sinema filmlerini, video-kulüpler aracılığı ile alıp izlemek, bir başka deyişle televizyonun yeterli olmadığı durumlarda onun boşluğunu doldurmak amacı ile kullanımı söz konusu iken, devlet ve özel kurum ve kuruluşlar eğitim amacı ile kullanmaktadırlar. Bu amaçla geniş kapsamlı kullanımı söz konusu olup, hem örgün eğitimde hem yaygın, yetişkin eğitiminde kullanılabilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, eğitim eşitsizliğinin çok olduğu bölgelerde eğitimdeki bu eşitsizliği kaldırma amacı ağır basmaktadır. Son 10 yıldır ise videonun bu amaçlarla kullanılması giderek azalmış, video olgusu, izleyici açısından giderek yerini VCD (Video Compact Disc) ve DVD (Digital Video Disc) teknolojisine bırakmıştır. Ancak üretim açısından video tekniğinin önemi sürmektedir. Ancak, bu teknolojide de gelişme çok hızlı olmuş; dijital çekim kameralarıyla çok daha kaliteli çekimler yapılmaya başlanmıştır. Videonun farklı çok gelişmiş ürünleri günümüzde televizyon yayınlarında, kayıtta, kurguda ve çoğaltmalarda yoğun olarak kullanılmaktadır.

Türkiye'de video aracının kullanımı, dünyadaki kullanımından oldukça sonra, 1980'li yılların başlarına kadar gitmektedir. Videonun ilk kullanılışı, özellikle yurt dışında bulunan Türk işçilerinin yurda getirdikleri videolarla olmuştur. Denilebilir ki video ile Türk halkının tanışması yurt dışındaki işçiler aracılığı iledir. Ancak geç gelmesine karşılık, video hızlı bir yayılma göstermiştir. Özellikle, TRT televizyonunun vermediği ya da veremediği konulu filmlerin video kulüplerin kiralama sistemi ile alınabilmesi, bu konuda önemli bir istemi doğurmuştur. Aracın ucuz olmaması, tıpkı ilk televizyon yayınlarında olduğu gibi, öncelikle varlıklı kişilerce ya da tecimsel amaçlı otel, lokanta, pastahane, kahvehane gibi toplu izleme olanağının bulunduğu yerlerde yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bu nedenle videonun yaygın kullanımı sinema filmlerinin videokasetlerden izlenmesi biçiminde kendini göstermiştir. Daha sonra eğitim amaçlı olarak, çeşitli kurumların, gerek kendi hizmet içi eğitimlerinde, gerekse hizmet sunacakları toplum kesimleri ile daha iyi ilişki kurabilmeleri amacı ile kullanılmaya başlanmıştır.

BÖLÜM 4:

RADYO TELEVİZYONUN ÖZELLİKLERİ / KARAKTERİSTİKLERİ

Ses-görüntü aktaran iki teknik buluş, radyo ve televizyonun gerek teknikle-rinden gerekse onlara verilen işlevlerden ötürü kendilerine özgü, kimi benzer kimi farklı özellikleri-karakteristikleri vardır. Radyo ve televizyonun araç olarak tek başlarına bir işlevleri yoktur. Onlara, anlam kazandıran, topluma verdikleri haber-müzik-eğitim-kültür gibi materyalin bir özetidir. Yoksa radyo ve televizyon teknik araç olarak ses ve görüntünün dağıtımını, uzaklara ulaşmasını sağlarlar. Bu araçlarla verilen mesajların nitelik ve niceliği topluma olan etkisini belirler. Bu ana öğeyi göz önünde tutarak radyo ve televizyonun ortak ve ayrı ayrı olarak özelliklerine değinelim.

4.1 Radyo ve Televizyonun Ortak Özellikleri

Radyo ve televizyonun 'yayın' sözcüğünü oluşturan iki farklı teknik buluş olduğunu ve televizyonun radyodan sonra bulunduğunu ve onun olanaklarına yeni bir boyut getirdiğini görmüştük. Gerçekten de televizyon radyodan çok şey almış, buna görüntüyü eklemiştir. Bundan ötürü radyo ve televizyonun ortak noktalarının olması doğaldır. Bu ortak özellikleri şöyle sıralanabilir:

- **Resmi nitelikleri vardır:**

Genellikle radyo ve televizyon devlet ile halk arasında, bir bağ görevi yapar. Gerek radyo ve gerekse televizyon en etkili —çabuk ve doğrudan- halka ulaşabilen araçlar olduklarından, özellikle tecimsel, özel girişimci ülkeler dışında kalan yerlerde devletin, hükümetin halka uzanan eli-kolu niteliğindedir. Özel girişimde de, daha farklı olmakla birlikte, yine devlet bu kanallardan yararlanmaktadır, özellikle

buhranlı devrelerde her iki aracın halk için "hayati önemi" daha iyi anlaşılmaktadır. **Maurice Gorham** adlı araştırmacının bir yapıtında da belirtildiği gibi, BBC'nin 2. Dünya Savaşındaki yayınlarıyla Britanya halkına, durumun kötü olmasına rağmen, her şeyin kontrol altında olduğu kanısını yerleştirmedeki payı büyük olmuştur (Gorham, 1952).

- **Daha inandırıcıdır**

Radyo ve televizyonun ilk yayınlarına başlamasından beri resmi niteliklerinin olması, bir bakıma bu araçların daha inandırıcı olmasına da neden olmaktadır. Ayrıca, bu araçların *"izleyiciye konuşur"* gibi olması da, özellikle yazılı basına göre daha ikna edici bir nitelik kazanmasına neden olmaktadır. Yayınlar, kişisel bir konuşma gibi etkilidir ve izleyici, konuşmacının kişiliğini hissedebilir.

- **Yanıltma vardır.**[31]

Radyo ve televizyon yayınları yolu ile izleyicide çeşitli yanıltmalar söz konusudur. Bu yanıltmalar:

ü ***İçtenlik yanıltması:***

Yayın araçlarından seslenen kişilerin, doğrudan radyo ve televizyon alıcısının başındaki halka seslendiği etkisi, yanıltısı vardır. Bu yanıltma radyo ve televizyonun kişiye anında ve bulunduğu ortamda seslenme özelliğinden doğmaktadır. İzleyici duyduğu ya da gördüğü kişiyi doğrudan ve hemen o anda kendisine seslendiğini hisseder. Bu seslenişin evde, aile yaşamı içerisinde olması, basılı yayındaki kişisel olmayan simgelerin yarattığı duruma tam ters; yakın, içten bir durum yaratılmasına yardım eder. Radyodaki disk-jokey programlarındaki içtenlikli konuşmalar örnek olarak verilebilir.

ü ***Drama yanıltması:***

Yayın araçlarının bir diğer özelliği de olayları olduğundan daha dramatik bir biçime sokmak ya da o etkiyi bırakma özelliğidir. Bu özellik gerek radyoda, gerek televizyonda bulunmasına rağmen yalnız ses unsuru olduğundan radyoda dramatik hareketlendirme daha belirgindir.

31 Genelde medyanın özelde ise radyo ve televizyonun genel izlerkitledeki ve özellikle çocuk ve gençler üzerindeki bu yanıltmaları, yayın öz denetimini ve diğer kurumsal denetimleri zorunlu kılmaktadır. Gerek dünyada ve gerekse Türkiye'de özel televizyonların yayına başlamalarıyla televizyonlarda yer alan reality show, magazin ya da benzer programların bu yanıltmaların boyutlarını çok genişletmiş, toplumlardaki çeşitli sivil toplum örgütleri ya da devlet kurumlarının önlem almalarına gidecek girişimlerde bulunulmasını gerektirmiştir. "Medya okur-yazarlığı" (Media literacy) çalışmaları olarak gelişen bu oluşum, "İzlerkitle Araştırmaları" altında incelenecek olan 12. Bölümde değinilecekir.

ü ***Parlak, şahane yaşantı, gerçeklerin aktarılmasındaki yanıltma:***

Yayın alanında çalışan, sesleri duyulan kendileri görülen kişiler, herkesçe bilinmelerinin tanınmalarının bir sonucu çok ünlü, önemli ve güçlü olarak düşünülürler. İdeal bir evrende yaşantının daha ilginç, çeşitli ve günlük gerçeklerden farklı olduğu kabul edilir. Gerçeklerin algılanmasında aldatmaca vardır.

- ***Zaman ile bağlıdır.***

Radyo ve televizyon yayınları zaman içerisinde var olur, yer ile ilgisi yoktur, izleyicinin, mesajın belirli bir yerine daha fazla dikkat etmesi ya da yeniden gözden geçirmesi söz konusu değildir. Aynı anda iki yerde yayımlanan bir mesajın izlenmesi ve karşılaştırılması olanağı yoktur.

- ***Gerçek olmayan (fantezi) yaratılır.***

Diğer popüler sanatlar gibi, radyo ve televizyon da fantezinin, hayali şeylerin yaratılmasına yardım eden iki araçtır. İzleyicinin belirtmek ya da ferahlamak arzu ve isteğinden doğan semboller aracılığı ile böyle bir durumun doğması sağlanır. İzleyiciye, onun da katılıp yer alacağı hazır bir düş dünyası verilir.

- ***İzleme bir çabayı gerektirmez.***

Bu iki araçtan yararlanma çok az bir çaba gerektirir. Yayın alanında bulunma ve mesajları alan araçlar olarak radyo ya da televizyona sahip olma ve bunları izleme yeterlidir. Diğer kitle iletişim araçlarından yararlanmada olduğu gibi, sürekli olarak bu araçları alıp okuma (gazete, kitap, dergi) ya da belli bir yere gitme (sinema, tiyatro) zorunluluğu yoktur.

- ***İzleyicinin katılması yoktur.***

Genellikle radyo ve televizyon yayınları sırasında izleyici ile ona seslenen kişi-kişiler arasında ilişki eksikliği vardır. İzleyici alıcısını kapatıp gidebilir, alıcısı açık olduğu halde o yerden çıkma durumunda olabilir ya da aynı yerde bulunduğu halde ilgili, dikkatli olmayabilir. Radyo ve televizyon, izleyiciyi sürekli karşısında tutma olanağına sahip değildir. Cantril ve Allport'un belirttikleri gibi *"konuşma yerindeki topluluklar"* gibi izleyici tutum ve davranışında serbesttir (Merril and Lovenstein, 1973).

Elektronik yayın araçlarının bu eksikliğini gidermek için çeşitli yollar denenmektedir. Örneğin, izleyici grupları (konuklar) önünde yapılan programlar, konuşmacıların doğrudan izleyiciye bakarak konuşmaya çalışmaları, özellikle komedi programlarında geriden alkış seslerinin verilmesi, canlı yayınlarda telefon bağlantıları,

izleyicinin de programlara katılmasını programla özdeşleşmesini sağlamak için başvurulan yollardır.

- ***İzleyicinin seçim olanakları sınırlıdır.***

İzleyici bu araçlarla kendisine sunulanları beğenmediği durumlarda sınırlı bir seçeneğe sahiptir. Bu sınırlılık, basılı kitle iletişim araçlarında gerek sayının çok olması, gerekse kapsadıkları çok değişik konuların bulunmasından ötürü çok azdır. Radyo ve televizyonda ise durum farklıdır. özellikle gelişmemiş ya da kalkınmakta olan ülkeler ile totaliter ülkelerde seçim olanağı hemen hemen yok gibidir. Türkiye'de ise, uzun yıllar radyo ve televizyon yayınlarının hükümet ve devlet elinde ve sınırlı kanallara sahip olunması nedeni ile kanallar arasında seçim çok sınırlı iken, günümüzde uydudan yapılan analog ve özellikle dijital yayın tekniği ile televizyon yayınlarında seçenek çoğalmıştır. Ancak, bu gün için ülkemizde bu tür yayınların geniş halk kitlelerine ulaşması biraz daha zaman alacaktır. 1990'lı yıllarda özel radyo ve televizyon kanallarının başlamasına kadar, TRT'nin 5 radyo, 5 televizyon kanalı vardı.

- ***Yer verilen konularda denge sağlamak gerekir.***

Radyo ve televizyon, toplumu oluşturan herkese ulaşmak zorunda olduğundan "ifrata kaçan" (aşırı - en uç) düşüncelere ayrıntılı olarak inemezler. Kulak ve göze seslenmenin doğurduğu çok büyük etkiden ötürü, izleyiciye yanlış ya da saptırıcı bilgi ve haberleri ya da analitik ve karmaşık düşünceleri veremezler. Oysa basılı yayınlarda (gazete-dergi-kitap), sinemada bir konu ele alınıp, ayrıntıları ile işlenebilir.

Özellikle, devlet yönetiminde olan radyo ve televizyon örgütlerinde bu husus daha da önemlidir. Kamu yararına yayın yapmakla görevli yayın istasyonlarının doğru, yansız, karşılaştırma yaparak, yanlış etkide bırakmayacak nitelikte yayınlara yer vermeleri gerekir. Çok kanala sahip ülkelerde ise, devletin elinde bulunan kanallarda gerek radyo, gerekse televizyon kanalları program içerikleri açılarından gruplandırılmıştır. 2., 3. kanallar daha çok uzmanlaşmış izleyici kitlesi içindir. Genelde birinci kanallar herkese seslenen yayınlardan oluşur.

- ***Yayınlarda geri dönüş yoktur.***

Bu özellik, canlı yayınlarda daha da önemlidir. Canlı yayında konuşmacının ağzından çıkan herhangi bir ileti, anında izleyicisine ulaşır. Bundan geri dönülme olasılığı yoktur. Yanlış olarak verilen mesaj, izleyicisinin dikkatini çeker ya da çekmez, söylenen şeylerin ilk kez doğru olarak çıkması gerekir. Ancak, daha önce hazırlanmış bant yayını yapıldığı zamanlarda, yayın daha çok kurgu (montaj) ile

hazırlandığından, istenmeyen sözler kurgu sırasında çıkarılabilmektedir. Elektronik yayında genel olarak ses ve görüntü mesajının yinelenmesi olmaz. Yazılı basında olduğu gibi izleyicinin anlamadığını tekrar izlemesi söz konusu değildir. Ancak, mesajın ses ve görüntü bantlarına yazımlanması (kaydedilmesi) durumunda izleyicinin kendisinin yinelemesi söz konusu olabilir. Kuşkusuz, radyo ve televizyonların yayın planlamalarına bağlı olarak, yayınların tekrarlanması, 2., 3. kez yayınlanmaları her zaman için olanaklıdır.

4.2 Radyo Yayınının Özellikleri

Radyo ve televizyon iki elektronik kitle iletişim aracı olarak ortak özelliklere, karakteristiklere sahip olmaları yanında, kendilerine özgü özellikleri vardır. Bu özelliklerin bir kısmına televizyonda da rastlanmakla birlikte radyo yayınlarında daha ağırlıklıdır. Bir diğer deyişle, bu özellikler *'olmazsa olmaz'*lardandır.

- ***Mikrofon ana öğedir.***

Radyonun ses aktarma gereci mikrofondur. Mikrofonsuz bir radyo düşünülemez. Yayınların özelliklerine göre kullanılan mikrofon türleri de değişiklik gösterir. Bu mikrofonlar programların tek sesli, iki sesli ya da çok sesli olmasına ya da geniş bir mekanda yapılmasına bağlı olarak tek yönlü, çift yönlü, yüreksel, çok yönlü, dudak mikrofonu gibi farklı türleri vardır.[32] Bu özellik, "olmazsa olmaz"lardandır.

- ***Gözle görülür bir "nesne" yoktur.***

Radyo bu özelliğinden ötürü "kör" bir araca benzetilir. Söz ve müzik ile yapılan yayınlarda dinleyicinin algısına dayanılır. Dinleyicinin tepkisi, müzik-söz ve efektin etkisi sonucu ortaya çıkmıştır. Mikrofon önünde konuşanın fiziksel özellikleri burada görülmez. Bir başka deyişle radyo, gözle görülebilecek hiçbir desteğe sahip değildir. Eğer radyodan seslenen kişi ya da "şey" ses olarak başarısızsa, radyo da başarısız demektir. Çünkü insanın beş duyusundan yalnızca biri —kulak— dinleyicinin hayalini işletmektedir.

- ***Radyo "sessizlik" aracıdır.***

Bir radyo stüdyosunda ilk göze çarpan şey, her tarafın sessiz oluşudur. Yaşantımızda bize doğal gelen —hızlı nefes alış, aksırıp-öksürmek, kağıt hışırtısı, ayak sesleri gibi— hareketler bir radyo stüdyosunda olduğundan farklı etki yaratır. Genellikle "sessizlik" uyulması zorunlu kural olup, program arası boşluklar, saniyesine kadar hesaplanır.

32 Mikrofonlarla ilgili geniş bilgi için bkz. Aziz (2013), Radyo yayıncılığı.

- ***Zaman çok önemlidir.***

Radyonun her anı (saniyesi) sesle doludur, 'zaman' radyo yayıncılığının esası olduğundan bir radyo binasına girildiğinde ilk karşılaşılan şey, duvarlardaki saat olacaktır. Radyoda dakikanın hatta saniyenin dahi önemi vardır. Saat, radyoda her yerde —stüdyoda, kontrol odasında-— en rahat görülebilecek şekilde yerleştirilmiştir, yayıncının gözü saattedir.

- ***Yazılmış metinleri okuma asıldır.***

Genel olarak radyodan verilen 'söz'ler okunarak verilir. Ancak, bu okumanın dinleyicide "anlatılıyor" duygusunu uyandırması gerekir. Bundan ötürü radyoda okuma göz ucuyla olur; ses tonu ve vurgulama ile konuşuluyor, anlatılıyor havası verilir. Kuşkusuz, buradan her şeyin yazılı olması gerektiği sonucu çıkarılmamalıdır. Önceden hazırlanmış, ancak tüm olarak yazılmayan açık oturum, ikili görüşme (mülakat), yarışma türü yayınlarda canlılığı sağlamak için anlatım asıldır.

- ***Efekt yardımcı bir yapım öğesidir.***

Radyodan verilen her şey kulağa seslendiğinden, bu yolla algılandığından söz ve müzik ana öğelerine yardımcı olarak *'efekt'* (effect) öğesi vardır. Özellikle dramatize programlarda yer, zaman ve atmosferin belirtilmesi, bu izlenimleri yaratan canlı ya da yazımlanmış çok çeşitli efektlerin kullanılması ile olur. Örneğin bir kapı açılması ancak o efektin verilmesi ile anlam kazanır.

- ***Bekleyişe göre içeriği biçimlendirilir.***

İzleyici radyo yayınlarında verileni kendine göre algılar, yorumlar ve bilinçli olmayarak meydana getirdiği hareketlendirme ile bekler ve arzusuna göre biçimlendirmeye çalışır. Radyo yalnız işitme yolu ile izleyiciye ulaştığından, kişinin hayalini daha çok işletmekte, televizyonda ise görüntü, algılamadan doğan hayal gücünü azaltmaktadır.

4.3 Televizyon Yayınının Özellikleri

Televizyonun radyodan ayrılan en belirgin karakteristiği ses yanında görüntüyü de aktarmasıdır. Bu özelliğinden ötürü, kişinin radyoda olduğu gibi tek değil, iki duyusuna seslenmektedir. Bu önemli öğeyi göz önünde bulundurarak, televizyonun kendine özgü en önemli özellikleri şöyle sıralanabilir:

- ***Evreni Küçültmüştür.***

Televizyonun en önemli özelliği, McLuhan'ın deyimi ile içinde bulunduğumuz evreni "küresel, evrensel bir köy" (Global Village) durumuna getirmesidir.

Televizyon yayınları, evrenin ıssız köşelerinden, yerinden görüntülü mesajlar verdiğinden, izleyicileri oralara götürüp, olaylara tanık ettiğinden evreni küçültmüştür. Herkes her an, televizyon yayınlarını izleme koşulu ile evrende olup bitenleri izlemekte, görmekte, anlamakta, yorumunu yapabilmektedir. Köyde yaşayan bir kişi bile her şeyi görebilmekte, haberdar olmaktadır. Özellikle kıtalararası haberleşmeyi olanaklı kılan uydularla haberleşmenin, program alış verişlerinin başlaması ile bu özellik daha da anlam kazanmıştır. Evrenin herhangi bir yerindeki olay, anında televizyon izleyicisine ulaşabilmektedir. Buna en güzel örnek, insanoğlunun Ay'a ilk ayak basışı ile ilgili anında yapılan televizyon yayınları verilebilir. Radyo yayınlarında da bu durum, görüntü olmaksızın gerçekleşebilmektedir. Ancak, bu tanık olma, sesin özellikleri ile sınırlı kalmakta, görmeyen bir kişinin çevresinde olup bitenleri ses yolu ile anlamasına, benzemektedir.

- ***Televizyon popüler (halka dönük) bir sanattır.***

Televizyonun bulunuşundan beri, yayınlarının içeriğine bakarak, 8. sanat olarak kabul eden görüşler vardır. Ancak, bu sanat dalı kendinden önceki sanat dalları gibi, seçkinlerin değil, toplumu oluşturan tüm halkın sanatıdır. Gerçekten de televizyon yayınlarında radyo, sinema, film, tiyatro, fotoğraf gibi diğer kitle iletişim araçlarından ve çeşitli sanat dallarından yararlanıldığından geniş ve aynı nitelikte olmayan (heterojen), farklı bir izleyici kümesine sahiptir. Toplumdaki her tür kişinin zevk ve beğenisini karşılamak zorundadır. Televizyonun karakteristiği olarak gösterilen "popüler sanat" deyimi, onu seçkinlerin (elit) sanatından ayırt etmek içindir.

- ***Simgeleri (sembolleri) genelleştirir.***

Diğer kitle haberleşmelerinde de görülen bu özellik, görüntü unsurunun ağır basmasından ötürü, daha belirgindir. Bu karakteristiğin olumlu ve olumsuz yanları vardır. Olumlu yanı, toplumda düşünce ve bilgi beraberliği yaratarak toplumun dayanması gereken bir özelliği oluşturmasıdır. Olumsuz yanı ise, kişisel deney ve fikirleri azaltarak tek tip değerler yaratmaya toplumu yöneltmesidir. Ancak, çok kanallı televizyon yayınları ile bu olumsuzluk giderilmeye çalışılmaktadır.

- ***Mikrofon yardımcı öğedir.***

Görüntü olduğundan, mikrofon ikinci planda kalmaktadır. Ses olmadan da bir olayı görüntü olarak anlatmak olanağı vardır, örneğin bir sahne sanatı olan ve salt görüntüye dayanan "pantomim" sanatı, ancak televizyonda verilebilmektedir.

- ***Okuma değil, anlatım asıldır.***

Televizyon yalnızca ses öğesine sahip olmadığından, yani çoğunlukla sesi veren kişi ekranda göründüğünden, okuması değil, konuşması beklenir. Özellikle haberlerin verilişinde ya da diğer düz anlatımlı programlarda bu özelliği gerçekleştiren araçlar geliştirilmiştir; örneğin, pek çok televizyon kanalında "oto-cue" adı verilen bir araç ile yazılı metin kameraya aktarılmakta, aynı kameraya bakan konuşmacı, oraya yansıyan ancak izleyicinin göremediği metni okuduğundan izleyicide, konuşmacı ya da spiker "anlatıyor" hissini yaratmaktadır. Özellikle, haber bültenleri bu yöntemle verilmektedir.

- ***Sessizlik radyodaki kadar kesin değildir.***

Görüntüde olan kişinin hareketlerinin ses olarak yansıması doğaldır, izleyiciyi rahatsız etmez. Hatta görüntünün gerektirdiği sesin olmaması yadırganabilir. Bu bakımdan bir kağıt hışırtısı, bir öksürük, aksırık ses olarak aktarıldığında doğal karşılanır.

- ***Zaman tüketen bir araçtır.***

Televizyon yayınları, göze seslenmesinin doğal sonucu olarak, kişiyi kendisine bağlamakta, sürekli olarak zamanını almaktadır. Radyo yayınlarıyla ise görme duyusuna değil işitme duyusuna seslenildiğinden, daha az zaman tüketilir. Bu özelliğinden ötürü de, özellikle televizyon yayınlarının başladığı ilk zamanlarında bireyin ve ailenin yaşam biçimi etkilenmiştir.

- ***Kişiyi pasif duruma getirir.***

Televizyon yayınları izleyiciyi karşısında sürekli edilgen (pasif) olarak tutar, Bu özelliğinin doğal sonucu olarak kişide ruhsal, fizyolojik birçok etkisi vardır. Televizyon yayınlarının etkileri ilgili araştırmalarda bu etkiler saptanmıştır. Bu konulara ileride ayrıntılarıyla değinilecektir.

- ***Karmaşık ve pahalı bir araçtır.***

Televizyon, radyoya ve diğer kitle iletişim araçlarına göre gerek yapı bakımından, gerekse bu yapının gerektirdiği harcamalar yönünden karmaşık ve pahalı bir araçtır. Yatırım harcamalarıyla işletme harcamaları radyo yayınlarına göre 3-4 kat daha fazladır.

BÖLÜM 5:

RADYO VE TELEVİZYONUN İŞLEVLERİ

Radyo ve televizyon araçlarının toplumlarda kitle iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanmasından günümüze kadar geçen süre içerisinde bu araçların kimin tarafından, nasıl kullanılacağı ile ilgili olarak farklı uygulamalar yapılmıştır. Toplumların farklı sosyo - ekonomik özellikleri, bu araçlara bakış açıları ve dündaki bu düzenleri etkileyen teknolojik gelişmeler, toplumların radyo ve televizyon ile ilgili yönetim biçimlerini belirlemektedir.

Genel olarak belirtmek gerekirse, bir ülkedeki genel yönetim düzenleri, sistemleri o ülkenin kitle iletişim araçları ile ilgili düzenlerini de belirlemektedir. Ancak, kitle iletişim araçları içerisinde elektronik yayıncılıkla ilgili yönetim biçimleri, bu araçların özelliklerinden ötürü, diğer kitle iletişim araçları olan yazılı basından, sinema ve tiyatro ile ilgili sistemlerden farklılık göstermektedir. Örneğin, totaliter ülkeler dışında yazılı basın (gazete, dergi vb.) ile sinemanın tüm olarak devletlerin ya da hükümetlerin elinde olduğu bir sistem olmamakla birlikte, aynı ülkelerde radyo ve televizyonla ilgili yönetim biçimleri değişmekte; devletin ya da hükümetlerin elinde olabilmektedir.

Radyo ve televizyon ile ilgili yönetim sistemlerinin farklı olmasının tarihsel süreç içerisinde bir gelişme, bir farklılık gösterdiği açıktır. Bu değişikliğin önemli nedenleri olarak, ülkelerin kendi yönetimlerindeki değişiklikler yanında genelde kitle iletişim araçları, özelde ise radyo ve televizyonun toplumdaki işlevleri ile ilgili yaklaşımlarla ilgili farklı görüşlerin ortaya çıkmasından kaynaklandığı söylenebilir. Bugün uygulaması yapılan radyo ve televizyon sistemlerine geçmeden önce tarihsel gelişimi içerisinde farklı ülkelerde uygulanan işlevlerle ilgili bu yaklaşımları görmede yarar vardır.

5.1 Radyo ve Televizyon Yayınlarının İşlevleriyle İlgili Yaklaşımlar

5.1.1 Otoriter Yaklaşım

Radyo ve televizyonun toplumdaki işlevleri ile ilgili en eski ve klasik yaklaşım, merkezi devletlerin ve kilisenin yoğun olarak etkisini gösterdiği 16. yüzyıl Avrupa'sında görülen *"Otoriter yaklaşım"* (Authoritarian Approach)'ıdır. Matbaanın yeni bulunuşu ile birlikte yazılı kitle iletişim araçları olarak, bugünkü gelişmiş düzeyinden çok gerilerde de olsa, gazetelerin o günkü işlevleri ile ilgili görüşlerin temelinde, bu araçların işlevlerinin, *"merkezi devletlerin ve kilisenin toplum üzerindeki gücünü, otoritesini pekiştirmektir"* görüşü yatmaktadır. Bu araçlarla verilen mesajlar, hükümetlere (krallara) ve kiliseye (dini liderlere) hizmet etmelidir. Bu yaklaşım, daha sonra 20. yüzyılın birinci ve ikinci çeyreğinde topluma ses ve görüntü olarak hizmet vermeye başlayan radyo ve televizyon için de geçerli olmuştur. Bu kez yalnızca merkezi devletlerin varlığını koruduğu Avrupa ülkelerinde değil, otoriter devlet yönetimini benimseyen Asya ve özellikle yeni uyanan, bağımsızlıklarını yeni kazanan bir kısım Afrika ülkelerinde de radyo ve televizyonun toplumdaki işlevleri ile ilgili görüşlerde *"otoriter yaklaşım"* geçerli olmuştur. Bugün, bu yaklaşımı temel alan sistemler pek çok ülkede "hükümet sistemi" adı altında toplanabilen yönetim düzenlerini sürdürmektedirler. Bu ülkelerde radyo ve televizyon yayınlarından beklenen işlevler, otoriter düzenin, çoğulculuğa yer vermeden tek yanlı olarak pekiştirilmesidir.

5.1.2 Liberal Yaklaşım

18. yüzyılda toplumsal gelişmelere koşut olarak ortaya çıkan "liberal yaklaşım" (liberal approach) sistemi, yine basında, özellikle 18. yüzyıldaki Amerikan düşünce ve anlatım özgürlüğü felsefesinden kaynaklanmış; Amerikan kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili yaklaşımlarda felsefenin temelini oluşturmuştur. Aynı düşünce İngiltere'de de kabul edilmiş, basının *'aydınlatma'* işlevinin olduğu ve bunun da hükümet denetimi dışında olması gerektiği düşüncesi savunulmuştur. Amerikan Anayasasında da yer alan bu yaklaşıma göre basının görevi, dış yetkenin (otoritenin) denetiminde olmaksızın tüm tanıkları sunarak gerçeği aramaktır. Bu yaklaşım daha sonra radyo ve televizyon yayınları için de, bir süre geçerliliğini korumuştur.

5.1.3 Komünist Yaklaşım

20. yüzyılda Karl Marks'ın komünizm doktrinine uygun olarak ortaya çıkan Komünist Yaklaşım (Communist Approach), Marksist felsefeye göre, kitle iletişim

araçlarının komünist bir toplumda işlevleri, o toplumun siyasal ve ekonomik felsefesi ile belirlenir. Buna göre bu araçların işlevleri, başlangıçta devrimin başarıya ulaşmasına, daha sonraları ise bu düzenin yayılmasına ve sürdürülmesine katkıda bulunmaktır.

5.1.3 Toplumsal Sorumluluk Yaklaşımı

Kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili "Toplumsal sorumluluk yaklaşımı" (Social responsibility approach), 20. yüzyılın yarısına doğru ABD'de ortaya çıkmıştır. Özellikle, basın dışında diğer kitle iletişim araçları olan sinema, radyo ve televizyonun yoğun olarak toplumda kullanılmaya başlaması ile önem kazanmıştır. Kitle iletişim araçlarının toplumları doğrudan ve geniş olarak etkilemeleri, bu araçları elinde bulunanların, bu araçların yönetiminde toplumsal sorumluluğu üzerlerine alarak, gerçeği arayıp ortaya çıkarmaya, vermeye kendilerini zorunlu hissetmeleri ile ortaya çıkmıştır. Kitle iletişim araçlarını ellerinde bulunduranlar, bunlarla iletişimi sağlama görevini üstlenenler toplumun gereksinim; beğeni ve isteklerine uygun yayın yapmayı üstlenmişler, bu konuda bilinçlenmişlerdir. Bu yaklaşım radyo ve televizyon yönetim biçimlerinde *"kamu hizmeti yayıncılığı"* şeklinde uygulanmaktadır (Siebert, 1954; s.13-23; Kaya, 1985).

Kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili olarak tarihsel gelişimi içerisinde ortaya atılan, daha doğrusu o günkü toplumların siyasal ve ekonomik koşullarına göre belirlenen bu işlevler, daha çok yazılı basın için geçerli olmuş; 20. yüzyılın ilk çeyreğinden sonra da diğer kitle iletişim araçları için kullanılmıştır. Bugün ise, kitle iletişim araçlarının işlevleri ile ilgili bu kuramlar, yaklaşımlar yine ülkelerin siyasal ve ekonomik yönetim biçimlerine, düzenlerine sıkı sıkıya bağlıdır.

5.2 Radyo ve Televizyon Yayınlarının İşlevleri

Sözü edilen yaklaşımların ışığında genelde kitle iletişim araçlarının özellikle radyo ve televizyonun toplumdaki hizmet işlevlerinin neler olacağı, olması gerektiği hususları önem kazanmaktadır. Konu ile ilgilenen farklı toplumbilimciler, birbirlerinden çok az farklarla ayrılan, ancak sonunda aynı hususlarda birleşilen şu hizmet işlevlerini öngörmektedirler:

- Haber verme, aydınlatma
- Eğitme, kültürleştirme

- Eğlendirme, dinlendirme
- Mal ve hizmetlerin tanıtılması
- Etkileme, inandırma ve harekete geçirme

Bu işlevlerden sonuncusu olan etkileme, ikna etme işlevi, genelde eğlendirme işlevi dışında diğer işlevleri de içerir. Çünkü bu işlevlerin de son amacı etkileme, inandırma ve sonunda tutum ve davranış değişikliği yapmaktır. Bu işlevlerin uygulanması ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, genel olarak, az ya da çok, tüm ülkelerde uygulanır.

5.2.1 Haber Verme, Aydınlatma İşlevi

Haber verme ve alma gereksinimi insanlık tarihi ile başlamıştır. İlkel insanların nasıl haberleştikleri bilinir. Toplumlar geliştikçe haber alma ve vermede de gelişmeler olmuş, özellikle teknolojinin hızla gelişimi, haber alma-verme yöntemlerini de geliştirmiştir. Teknolojinin önemli buluşlarından olan radyo ve televizyon tekniği aracılığı ile halkın haber almasına, haber vermesine yeni yöntemler, yeni boyutlar getirilmiştir. Bu boyutlar önce radyo aracılığı ile ülkenin en uzak köşesine, en ıssız yerine kadar anında ses yolu ile haberin ulaştırılması; televizyonun bulunuşu ile de ses unsuruna ek olarak, görüntü öğesinin eklenmesi ve bu yolla kişiyi, halkı olaya doğrudan tanık etmesi şeklinde olmuştur.

Çağımızda toplumların haber alma hakları en doğal haklarından sayılmakta ve özellikle demokratik düzene sahip ülkelerde bu haklar yasa kapsamlarına alınarak hem ulusal, hem uluslararası düzeyde korunmaktadır. Radyo ve televizyon örgütlerinin haber işlevlerinin kalkınmakta olan ve gelişmemiş ülkelerdeki önemi, diğer kitle haberleşme araçlarına göre daha fazladır. Çünkü bu ülkelerde okuma-yazma oranının dolayısıyla genel ve temel eğitimin düşük olması bu iki aracın halkı aydınlatmada, haber vermedeki önemini arttırmaktadır.

Radyo ve televizyonun, bu işlevlerini yaparken yansız olmaları, olayları olduğu gibi vermeleri, bu işlevin tam olarak yerine getirilmesinde temel koşuldur. Bunun ise, yönetimleri siyasal erklerin elinde olmayan, gerçek kamu hizmeti yayıncılığı yapan yayın kurumlarınca yerine getirileceği açıktır.

Günümüzde radyo ve televizyonun haber verme işlevi, eskiye göre çok daha hızlı duruma gelmiştir. Yayınlarda habere verilen ağırlık artmış, örneğin ilki ABD'de olmak üzere pek çok ülkede 24 saat yalnızca haber yayını yapan radyo ve televizyon

kanalları kurulmuştur. Ayrıca, diğer tür işlevleri üstlenen radyo televizyon kanalları da yine 24 saat ana haber bültenleri ile kısa haber bültenlerine yer vermeye başlamışlardır. Özellikle, haber verme işlevinin, ülkenin buhranlı devrelerindeki önemi büyüktür. 2. Dünya Savaşında İngiltere'de BBC'nin, Türkiye'de ise Ankara ve İstanbul Radyolarının haber yayınları ile halkın tek güvenilir haber kaynağı olduğu bilinmektedir. Televizyon yayınlarında ise her kuruluş haber yayınlarına yer vermekle birlikte 24 saat dünya çapında uydu yolu ile haber yayını yapan CNN (Central News Network) yayınları bu konuda bir örnek olarak verilebilir. Özel Televizyon kanallarının başlaması ile de Türkiye'de yalnızca haber kanalları türü yayınlar başlamıştır. "Açık radyo", "Radyo Foreks" ile "CNN Türk", "NTV", "Kanal Türk", "Sky Türk" gibi televizyon kanalları da ağırlıklı olarak haber ve haber programları yayınlayan kanallardır.

5.2.2 Eğitme, Kültürleştirme İşlevi

Radyo ve televizyon örgütlerinin haber verme işlevinden sonra en önemli işlevi eğitimdir. Ulusal kalkınmalarını tamamlayamamış ülkelerde radyo ve televizyonun eğitim aracı olarak kullanılmaları, 60'lı yıllardan sonra en etkin eğitim yöntemi olarak kabul edilmektedir. Örneğin, Afrika ülkelerinin pek çoğunda, özellikle televizyon bu ana amaç ile kurulup, yayın yapmaya başlamıştır. Bu konuda pek çok kuram geliştirilmiş, araştırmalar yapılmıştır. Radyo ve televizyonun eğitici işlevi yalnızca geri kalmış ya da kalkınmakta olan ülkelerde değil, kalkınmış ülkelerde de söz konusu olmuştur. Günümüzde ABD, Kanada, İngiltere, Fransa, Japonya gibi kalkınmış ülkelerde de bu kurumların eğitim işlevine önem verilmiştir. Ancak, bu ülkelerde radyo ve televizyon yayınlarının eğitme, kültürleştirme işlevleri, temel eğitim yerine değil, daha çok temel eğitime yardımcı, tamamlayıcı, zenginleştirici eğitim işlevi olarak yer alır.

Radyo ve televizyonun eğitim işlevinde hedef izleyici kitleler çok farklıdır: Okur-yazar olmayanlar, okulu bırakanlar, toplumda, henüz verimli yerini alamayanlar, elde ettikleri yeteneklerini geliştirmeyi amaçlayanlar, ilk, orta ya da yükseköğrenimini tamamlamak isteyenler, gelişmemiş bölgelerde yaşayanlar, ekonomik ve kültürel eksikliği gidermeye çalışanlar... Genel olarak alındığında, radyo ve televizyonun eğitim işlevi tüm bu sayılanları da kapsayacak nitelikte iki ana kümede toplanabilir.[33]

33 UNESCO, 1976 yılında Tavsiye Kararları'nda eğitim yayınlarını "Örgün eğitim", "Köye yönelik eğitim" ve "Diğer eğitim" yayınları olarak üçe ayırmaktadır (UNESCO 1987).

- Örgün eğitim - Okul eğitimi
- Yaygın eğitim - Okul dışı eğitim (halk eğitimi)

Yukarıda da değinildiği gibi, ülkeden ülkeye değişen koşullar bu eğitimlerden hangisine öncelik verileceğini; bir başka deyişle, bir ülkenin sosyo-ekonomik koşulları radyo ve televizyonla yapılacak eğitimin içeriğini de belirler.

"Örgün eğitim" olarak belirtilen okul eğitiminde yapılan yayınlarla bu eğitim ya doğrudan ya da yardımcı nitelikte verilir. Araç olarak ise, sınıflarda öğretmenin yerini alması ya da onun yönetiminde izlenmesi en yaygın kullanılış biçimidir. Özellikle, televizyonun yaygınlaşmasından önce uygulaması yapılan bu tür eğitim yayınları, televizyonun ülke çapında yaygınlaşması ile bu işlevini televizyona bırakmıştır.[34]

Kültürleştirme işlevi olarak nitelenebilecek olan *"yaygın eğitim"*, *"yetişkin eğitimi"* ya da *"halk eğitimi"* ise, ülkeden ülkeye farklı nitelikte hazırlanan programlar yolu ile okul dışında kalanların eğitimini amaçlar. Bu ise, gerek okul eğitimlerini tamamlayamamış kişilerin eğitimini, gerekse sürekli bir öğrenme süreci olan genel eğitimden geniş ve dar anlamı ile kişileri yararlandırmak üzere, eğitmeyi kapsar. Bu tür eğitsel yayınlar dağınık olarak genel yayın planlamasında yer alması yanında, özellikle bu amaçla ayrılan radyo ve televizyon kanallarında da yer almaktadır.

Sistemli eğitsel yayınlara BBC radyolarında 1924 yılında başlanmıştır. Sonraları, radyonun eğitimdeki gücü anlaşıldığından diğer ülkelerde ya özel eğitsel istasyonlar aracılığı ile ya da ulusal nitelikteki yayınlarda belirli oranlarda yer almaya başlamıştır. Özellikle, "Avrupa Yayın Sistemi"nin uygulanmakta olduğu ülkelerde radyodan eğitimde yararlanılmıştır.

Televizyonun bulunuşundan sonra ise, görüntünün eğitimdeki etkisinin daha büyük olduğu görülmüş ve eğitsel yayınlar düzenli olarak yer almıştır. Hatta televizyon henüz deneysel aşamada iken, eğitsel amaçla yayınlar yapılmıştır. ABD de bu amaçla 1932-39 yılları arasında Iowa State Üniversitesinde eğitsel televizyon yayınları yapılmış, elektronik tarama ile ilk kez 1953 yılında Texas'ta düzenli eğitsel televizyon yayınlarına yer verilmiştir. 1960'larda ise kapalı devre (close-circuit) okul yayınları geniş olarak eğitimde kullanılmaya başlanmıştır. Aynı tarihlerde

34 Ülkemizde bu tip radyo ve televizyon yayınlarına örnek olarak M.E.B.'lığı tarafından hazırlanıp, TRT'nin teknik olanaklarından yararlanılarak verilen Okul Radyosu ve Okul Televizyonu ve Yay-Kur programları ile Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları verilebilir.

ABD de eğitsel amaçla kurulmuş ve yayın yapan açık-devre televizyon istasyonu sayısı 53 idi. Bugün ise sayıları 100 dolayındadır.[35]

5.2.3 Eğlendirme İşlevi

Radyo ve televizyon yayınlarının bir diğer işlevi olan eğlendirme-dinlendirme, başka deyimle hoşça zaman geçirtme, diğer işlevlerin yerine getirilmesinde yardımcı bir işlevdir. Bu işlevin, eğlendirme hizmetini kişinin ayağına ucuz olarak getirmesi yanında bir diğer önemi de eğitici kültür verici yayınların izlenme şansını arttırmasıdır. Hatta denilebilir ki bu tür yayınların izlenmesinde bir güvence olarak görülebilir. Genellikle radyo -televizyon yayınlarında slogan durumuna getirilen- *"eğitirken eğlendirmek, eğlendirirken eğitmek"* söyleyişinin bu nedenden ileri geldiği söylenebilir.

Eğlendirme işlevinin, radyo ve televizyon istasyonlarının yönetim sistemlerine bağlı olarak oranları değişmektedir. Özel girişimci ve amacı reklâm yolu ile mal ve hizmetlerin tanıtılması olan yayın örgütlerinde bu tür yayınların oranı büyüktür. Örneğin, ABD'nin kimi yayın kuruluşlarında bu oran % 75'i geçmektedir. Yapılan programlar ise, reklâm veren firmaların desteklemeleri (sponsor) ile büyük harcamalarla, ünlü oyuncu ve sanatçıların yer aldığı eğlence-show programları biçimindedir. Ancak, özel girişim yayıncılığının giderek yaygınlaşması, *"reyting"* (en çok izlenme oranı) kaygısı ile son zamanların radyo ve özellikle televizyon yayıncılığında eğlendirme işlevi, neredeyse diğer işlevlerin önüne geçerek reklamların izlenebilmesini sağlamak üzere eğlence, magazin türü yayınlar televizyon yayınlarına egemen olmuştur. Türkiye'deki özel radyo kanallarının neredeyse tümüne yakını müzik kutusu olarak yayın yaparken, televizyon kanallarının da büyük bir çoğunluğu eğlence-magazin türü yayınlara ağırlık vermektedirler.

5.2.4 Mal ve Hizmetlerin Tanıtılması İşlevi

Radyo-televizyon yayınlarının bir diğer işlevi, mal ve hizmetlerin tanıtılmasını sağlamaktır. Reklamcılığın geniş bir bölümünü oluşturduğu bu işlev, özellikle radyo televizyon örgütlerinin özel girişim elinde olduğu ülkelerde çok daha önemli bir duruma gelmiştir. Hatta denilebilir ki yayının amacı mal ve hizmetlerin satışını arttırmaktır. Ancak, yayınlarında reklâma yer vermeyen yayın örgütlerinde de bu

35 Radyo ve televizyonun eğitim işlevi ve işlevi yerine getiren radyo ve televizyon istasyonlarının uygulaması ile ilgili geniş bilgi için bkz. Aziz 1981.

işlevin önemi vardır. Yayınlanan haber ve diğer programların içeriğinde bu işlevin yerine getirildiği görülür. "Gizli reklam" olarak adlandırılan bu tür yayınlarda da dolaylı reklam yapılmış olur. Örneğin, bir konserin yapılması ile ilgili bir haber ya da yeni çıkan bir şarkının çalınması bu tür işlevin kapsamına girer.

Özel girişimci Amerikan sisteminde yayınların asıl amacının "reklâm yayınları" olduğu yani mal ve hizmetlerin satılması, tanıtılması amacı ile olduğu anımsanırsa, bu işlevin bu tür yayın sistemini benimsemiş yayın örgütlerindeki önemi daha iyi anlaşılır. Bu gibi istasyonların her türlü harcamaları ve gelirleri yayınlarda yer alan reklâmlar yolu ile karşılanmaktadır.

5.2.5 İnandırma, Harekete Geçirme İşlevi

Radyo ve televizyon kurumlarının diğer işlevlerinden ayrı olmayan, onların tümünü kapsayan, onlarda bulunan bir işlevdir. Gerek haber ve eğitim işlevleri sırasında, gerekse mal hizmetlerin tanıtılması işlevinde kişide verilene karşı bir inandırma ve bunun sonucunda da gerekiyorsa bir harekete geçirme söz konusudur. Yapılan yayınlarda bu amaçlanmış ve olumlu sonuç alınmış ise, yayın etkili olacaktır. Özellikle kalkınmakta olan ülkeleri ele alırsak, söz gelişi, üretimi arttırmayı amaçlayan, ulusal politikanın gerçekleşmesi için geleneksel üretim yöntemlerinin bırakılarak bilimsel yöntemlere geçilmesi radyo ve televizyon aracılığı ile topluma aktarılıyorsa, bunun sonucunda bir inanma ve ikna olma, harekete geçme, yani kullanılması önerilen yöntemin kabul edilmesi beklenir. Reklam yayınlarına yer veren radyo ve televizyon kurumlarında ise bu işlev çok önemlidir. Çünkü amaç, reklâmda yer alan mal ya da hizmete yönelme; kullanılması ya da tüketilmesidir. Bir haber bülteni ya da programında bir konuda kamuoyu yaratma; bir tutum ve davranış değişikliği de yapılabilir. İşte radyo ve televizyon örgütlerinin bu işlevi, bu bakımdan diğer işlevlerin somut bir sonucudur da denilebilir.

Radyo ve televizyonda yayımlanan programlar çeşitli nitelikler *göz*önünde bulundurularak gruplandırılmaktadır. Bu nitelikler kimi kez izleyici kitlesini ele alarak, kimi kez programların çeşitli özelliklerinden oluşmaktadır.

BÖLÜM 6:

RADYO VE TELEVİZYONDA YAYIN TÜRLERİ

Radyo ve televizyon yayınları tüm kamuya seslendiklerinden, toplum içindeki her kişiye inmek, onun gereksinimini karşılamak zorundadır. Bu yönden bakılınca cinsiyet, yaş, eğitim, kent-köy, meslek, dil, din, ırk gibi sos yo - ekonomik düzeyle (SED) özellikler dikkate alınarak hedef izleyiciler kümelen dirilir.

6.1 İzleyicinin Sosyo-Ekonomik Özelliklerine Göre Yayın Türleri

- **Cinsiyet**

Toplumu oluşturan iki ayrı cinsiyet; -kadın ve erkeğin- toplumsal yaşamlarındaki farklılık; özellikle genel olarak kadının anne, ev kadını olarak görev ve sorumlulukları; beğeni ve ilgisinin erkeğe göre farklı oluşu, yayınlarda kadına yönelik programlara ağırlık verilmesini gerektirmektedir. Bu tür programların yayın gün ve saatleri ve içeriklerinde seslenilen kümenin özelliklerine, beğeni, istek ve gereksinmesine uyulmaya çalışılır. Gerek ülkemizde ve gerekse diğer ülkelerde özel olarak hazırlanan kadın programları vardır.

Ancak bu konuda son yıllarda feminizm hareketlerinin de etkisi ile kadına yönelik bu tür yayınların geleneksel toplum ve aile yapısı içerisinde kadının sunumunun, cinsiyete bağlı program yapımına eleştiri getirdiğini de eklemek gerekir.

Kadına seslenen özel programlar yanında erkeklere seslenen özel programlar da vardır. Örneğin, belirli mesleklerle ilgili ya da genellikle spor yayınlarında hedef izleyici, erkeklerdir. Ancak, hedef izleyici kitlesi yanında, konuya ilgi duyan kadın izleyici kümesi de yararlanabilmektedir.

- **Yaş**

İzleyicileri gruplandıran bir diğer önemli özellik de, değişik yaşta kişilerin radyo ve televizyonu izleyebilme olanağına sahip olmalarıdır. Bu özellik gözönünde bulundurularak, yayınlar belirli yaş kümelerine ayrılmıştır. Çocuk, gençlik, yetişkin, yaşlı gibi "sosyal yaş" kümelerine seslenen çeşitli programlar yaş ölçütü gözönüne alınarak hazırlanan yayınlardır. Bu yayınlar içerisinde en ağırlıklı yaş kümesi "çocuk" ve "gençlik" kümesidir. Özellikle çocuğun toplumsallaşmasını sağlaması açısından çocuk yayınları -dar ve geniş anlamıyla- eğitsel işlevi yerine getirmek için yapılmaktadır.

- **Eğitim ve Kültür Düzeyi**

Radyo ve Televizyon izleyicisinin sosyo - ekonomik özelliklerinden biri de bireyin almış olduğu eğitim düzeyidir. Radyo ve televizyon ile verilen bir iletinin, izleyici tarafından etkili bir biçimde alınabilmesi, çoğunlukla o izleyicinin eğitim düzeyine bağlıdır. Hiç öğrenim görmemiş, okuma-yazma bilmeyen, temel eğitimden yoksun kişilerin gereksinimleri ile üst düzeyde öğrenim görmüş izleyicinin gereksinimi, beğeni düzeyi farklıdır. Farklı eğitim düzeylerine göre yapılan yayınlar içerisinde özellikle düşük eğitim düzeyinde olanlara, bu düzeyi yükseltme amacı ile ağırlıklı olarak eğitsel yayın yapılır.

Kültür düzeyine göre de farklı programların yapılması gerekir. Her ne kadar eğitim düzeyi, kültür düzeyi için bir gösterge ise de örgün eğitimin her aşamasını geçen kişi "kültürlü kişi" değildir. Bazı durumlarda kişi yeterli bir öğrenim görmemesine karşılık, kendini yetiştirmiş olabilir. Belirli konularda uzmanlaşabilir. Bunun pek çok örneği yeterli öğrenim görmemiş, ancak kendini yetiştirmiş devlet adamları, yazarlar, sanatçılar arasından gösterilebilir. Bireyin eğitimi sonrası, toplumdaki gelişmeleri öğrenmesini, bilgilenmesini sağlayan yayınlarda kıstas/ölçüt bireyin eğitim ve kültür düzeyidir.

- **Yerleşme Birimleri**

İzlerkitlenin oturdukları, yaşadıkları yerleşme birimleri arasındaki çeşitli yönlerden belirgin **farklılıklar vardır**. **Bu farklılıklar**, yayınların bu bakımdan da gruplandırılmasını gerektirir. Kentsel yaşantının sorunları, gereksinme, beğeni ve ilgisi ile köysel/kırsal yaşantının sorun, gereksinme, beğeni ve ilgisi birbirinden çok farklılık gösterir. Özellikle kırsal bölgelerde yaşayan, üretici olarak topluma ekonomik yönden katkısı olan bu izleyici kümesinin temel eğitime gereksinimi vardır. Gelişen teknolojinin buluşlarından üretimlerinde yararlanmalarını ve evrende

olup bitenlerden haberdar edilmelerini sağlama amaçlarıyla kırsal kesim insanına özel yayınlar yapılması gerekmektedir.

Belirtilen bu nedenlerden ötürü, kamu yayıncılığı yapan hemen hemen her radyo ve televizyon kanalında kırsal bölgelerde oturanlara dönük programlara ağırlık verilmektedir. Kuşkusuz, kentlerde yaşayanların da gerek eğitim, gerekse çevreye uyumları ile ilgili olarak sorunlarının ele alındığı, işlendiği programlar da vardır. Hatta burada bir ayırım yaparak, kent-büyük kent yaşayanlarının farklı sorunları olduğu düşünülürse, bu özellikten ötürü değişik programların yer alması doğaldır. Örneğin büyük kentlerin trafik, çevre kirliliği, asayiş, kamu düzeni gibi sorunları, büyük kentlerin ele alınması gerekli temel konuları arasındadır

- **Meslek**

Toplumda çeşitli mesleklerin bulunuşu, zaman zaman belirli mesleklere göre yayın yapılmasını zorunlu kılar. Özellikle toplum içinde ağırlık kazanan ve eğitilmesi gerekli mesleklerle ilgili yayınlar hemen hemen her yayın kurumunda vardır. Bunun en güzel örneği işçi, öğretmen, doktor, hemşire, polis, asker gibi toplumda oldukça geniş yeri olan mesleklerle ilgili programlardır. Bunlar dizi, sürekli yayınlar olabileceği gibi, tek tek yayınlar şeklinde de görülebilir.

- **Dil**

İzlerkitlenin kullandığı, anladığı, konuştuğu, yazdığı dil; radyo ve televizyonlarının da yayın dili olması gerekir. Verilen mesajların hedef kitleye ulaşması sözle olur. Söz varlığı ise bir kişinin konuştuğu ve anladığı dildir. Radyoda müzik dışında mesaj aktarımı, yalnızca insan sesiyle; sözlerle yani dille yapılır. Televizyon yayınlarında her ne kadar görüntülü mesaj aktarımı varsa da, görüntüyü pekiştiren öğe sözlü dildir. Bir dildeki temel dil varlığı ise bu mesajların aktarımını sağlayan en önemli özelliktir.

İzleyicinin sosyo-ekonomik özellikleri, yukarıda verilen özelliklerle sınırlı değildir. Örneğin gelir düzeyi, din, etnik ve ırksal farklılık ya da daha ayrıntı izlerkitle gruplarına seslenilecekse evlilik, çalışma, çocuklu-çocuksuz olma gibi özellikler de yine bu izleyici kümelerine yönelik farklı yayınların yapılmasını gerektirebilir.

6.2 Programın Amacına Göre Yayın Türleri

Her program türünün bir amacı vardır. Yayınlarda haber verme, eğitme, eğlendirme işlevleri, programların dolayısıyla amaçlarını da oluşturur. Bu yönden bakılınca

yayınlar, haber-eğitim-kültür-müzik-eğlence-reklam-propaganda gibi ana yayın türlerine ayrılırlar. Amaç ne ise, yayında ana öğe olarak bu vurgulanır. Diğer öğeler ise yan öğeleridir. Söz gelişi, bir eğitim programı içerisinde, ilgi çekmesi için müzik materyali bulunabilir ya da bunun tersi, eğlence ana amaçlı bir programda eğitici hususlara da rastlanabilir.

Amacına göre programlar şöyle sıralanabilir:

- Haber amaçlı (haber bültenleri, haber programları)
- Eğitim ve kültür amaçlı programlar (her türlü eğitsel, kültürel programlar)
- Eğlence amaçlı programlar (müzik ve show türü programlar, pembe diziler, durum komedileri (sit.com), sinema filimleri, diziler)
- Reklam, propaganda, tanıtım amaçlı programlar.

6.3 Yayınların Kapsama Alanına Göre Yayın Türleri

Radyo ve televizyon yayınlarında sözü edilmesi gereken bir başka gruplandırma, yayınların kapsadıkları alan ve dolayısıyla bu alanda oturan, bu yayınlara açık olan izleyici kitlesine göre yapılan gruplandırmadır. Bu gruplandırmada temel alınan ölçüt, istasyonların verici gücü ve vericilerin yönlendirildikleri alanı ve yayınların hangi dalga boyunda yapıldığıdır. Ancak, uydu yolu ile dijital yapılan yayınlar, Internet üzerinden verilen yayınlar dikkate alındığında bu özellik büyük ölçüde kaybolmakta; bu tür yayınlar hem içe, o yayının yapıldığı ülkeye, hem de dış ülkelerde izleyenlere sesleneceği, seslenmesi gerektiği açıktır. Bu yayınlar, küresel bir yayıncılık anlayışı ile tüm dünyaya yayın yapar bir konuma gelmişlerdir. Ancak, bu yayınların izlenmesinin koşullarına bakıldığında, karasal vericilerin önemi yine de saklı kalmaktadır. Çünkü uydulardan gelen yayınların izlenebilmesi ya çanak/uydu antenine sahip olmayı ya kablolu ve dijital yayınlara abone olmayı gerektirmektedir.

Karasal vericilerle yayınların yapılması durumunda yayınların içeriği önem kazanmaktadır. Bu ölçütlere göre yayınlar öncelikle iç ve dış yayınlar olarak ikiye ayrılabilir:

6.3.1 Yurtiçi Yayınlar

Yurt içi yayın, bir ülkenin radyo ve televizyon istasyonlarının o ülkenin insanlarına seslenmek üzere yaptığı yayındır. Daha açık deyişle, kendi vatandaşları için,

onların gereksinimlerini dikkate alarak yapılan yayınlara yurtiçi yayın (domestic broadcasting) denilir. Ancak, bu yayınların da vericilerin gücüne, kapsama alanlarına göre kendi içlerinde bir kümelendirme vardır.

- **Ulusal (Şebeke) Yayınlar**

Güçlü vericilerle yapılan yayınlar eğer ülkenin tümünü kapsıyorsa bu tür yayınlara *"Ulusal yayın"* denir. Gerek radyoda, gerekse televizyonda yapılan şebeke (network) yayınlar, ulusal yayın niteliğindedir. Bu vericilerin gücünün ne kadar olacağı ise, o ülkenin genişliği ile orantılıdır. Bu tür yayınlara örnek olarak İngiltere'de BBC'nin radyo ve televizyon yayınları, Almanya'da ZDF, ARDF, ABD'de NBC, CBS, ABC, Japonya'da NHK ile Türkiye'de TRT verilebilir. Bu yayın istasyonlarının gücü o ülkelerin tümünü ya da geniş bir kısmını kapsar. Bu tür istasyonların yayın planlamalarında tüm ülkenin ilgisini çeken ya da büyük bir kesiminin gereksinmesine, beğeni ve isteğine cevap veren türde yayınlara yer verilir, bölgesel ve yöresel özellikler fazla dikkate alınmaz. Türkiye'de radyo yayınları için Radyo l, Radyo 2, Radyo 3, Radyo 4 değişen verici güçleri ile ulusal nitelikte yayın yapmaktadırlar. Televizyon yayınlarında ise TV 1, TV 2 karasal vericilerle ülkenin tümüne seslenen yayın yapmaktadırlar. 1995'den beri de RTÜK'e yapılan yayın başvuruları ile ulusal nitelikte TRT ile birlikte 15 televizyon kanalı vardır.[36]

1980'li yılların sonlarına doğru iletişim uydularından radyo ve televizyon yayınlarının başlaması ve giderek yaygınlaşması, İnternet üzerimden yayın gibi tekniklerin kullanılması karasal vericilerle yapılan ulusal yayınların kapsamını da değiştirmiş, ulusallık, yerellik kavramlarında da değişmeler olmuştur.

- **Bölgesel Yayınlar**

Bu tür yayın kanalları, ülkenin tümüne değil de belirli bir bölgesine seslenen radyo ve televizyon istasyonlarıdır. Aynı özellikleri gösteren insanların bir arada oldukları yerlerin tümüne seslenmek, onların gereksinmelerini karşılamak üzere orta güçte karasal vericiler ile yayınların yapılmasıdır. Bu istasyonların verici gücünün ne kadar olacağı hususu, o ülkenin bölgesel özellikler gösteren coğrafi yapısına, topraklarının genişliğine bağlıdır. Genel olarak 30 ile 600 kw. güçlü radyo vericilerinin bölgesel vericileri oluşturduğu söylenebilir. Televizyon vericileri için ise, televizyon yayınlarının direkt dalga ile yayınım yapmasından ötürü, bölgenin

36 Bu kanallar TRT'nin 5 kanalı yanında Star TV, Kanal D, Show TV, TGRT, Fox, Kanal Türk, NTV, CNN TÜRK, Samanyolu, Kanal 7, Flash TV, Kral TV gibi yayınlardır.

engebeli olmasına bağlı olarak, değişebilmektedir. Ancak burada da yine en az 30 kw. güçlü vericilerin olması gerektiği söylenebilir.

Bölgesel yayın kanallarının yayın planlamalarında, o bölgenin özellikleri dikkate alınır. Bölgesel gereksinme, beğeni ve istekler karşılanır. Bölgesel istasyonlar, ülkedeki yayın istasyonlarının yönetim biçimine bağlı olarak, bölgesel yapım merkezleri ile desteklenerek ya da merkezden yapımlarla, bağlantı istasyonları yolu ile yayın yaparlar. Özel girişim sisteminin olduğu ülkelerde ise şebeke yayını olan istasyonlarla yapılan program anlaşmaları ile beslenerek (affiliated station) yayınlarını sürdürürler. TRT'nin radyo yayınlarında bölgesel yayınlar, 1974 -1988 arası TRT l, TRT 2, 1988'den günümüze kadar ise Radyo l, Radyo 2 olarak şebeke yayınlarının günün belirli zamanlarında, kısa haberler, bölgesel reklâmlar ve bölgesel nitelikte bazı söz ve müzik programları için ayrılarak yayın yapmaları ile gerçekleşmektedir. Televizyon yayınları için ise GAP Televizyonu bölgesel yayına örnek verilebilir. Özel televizyon yayınlarında bölgesel nitelikte yayın yapan TV kanalları -RTÜK'e başvuran TV kanalları olarak- Olay TV, ETV gibi kanallar verilebilir. Ancak, burada da ulusal kanallarda olduğu gibi, iletişim uydularından yayınların yapılması durumunda, karasal vericilerle bölgesel yayın yapmakla birlikte uydudan ya da kablo ile yayın yapılması durumunda bu yayınların niteliği de ulusal sınırları aşmakta, uyduların izdüşümündeki ülkelere kadar ulaşmaktadır.

- **Yerel / Mahalli Yayınlar**

Radyo ve televizyon karasal verici gücünün dar bir alanı, bir şehrin içini ve çevresini kapsadığı yayın türüdür. Buradaki istasyonların gücü çok küçüktür. Radyo ve televizyon vericileri için değişmekle birlikte l00 watt -5 KW. güçlü istasyonlar yerel istasyonlar olarak nitelenebilir. Bu istasyonların yayınlarında, doğrudan o yörede oturan izleyicilerin istekleri, beğenileri dikkate alınır, onların gereksinmeleri karşılanmaya çalışılır. Ancak, zaman zaman, bu tür yayın istasyonları büyük şebeke istasyonları ile de bağlantılı olarak, ulusal nitelikteki yayınlar da aktarılır. Bu istasyonlara daha çok, özel girişim sisteminin olduğu ülkelerde rastlanılır. O yörede oturan küçük izleyici kümelerine seslenen yayınlar yapılır. Son zamanlar da yerel (mahalli) yayıncılıkta önemli adımlar atılmıştır. Şebeke yayınları yanında yerel yayıncılık çok gelişmiştir.

Baştan beri özel girişimci yayın sistemini benimseyen ABD gibi ülkelerde FM radyo yayıncılığı ile küçük güçlü TV vericileriyle yöresel - yerel radyo ve televizyon yayıncılığı yaygınlaşmıştır. Türkiye gibi bu sistemi çok sonraları kabul eden,

hatta etmeden, teknolojinin dayatması ile kabul etmek durumunda kalan ülkelerde ise, yerel yayıncılıkta adeta patlama olmuştur. Bu konuda ilk örnek, 1970'li yılların sonuna doğru İtalya'da görülmüştür. Türkiye de böyle bir süreçten geçmiştir.

6.3.2 Dış Yayınlar

Bir ülkenin bilerek, isteyerek kendi sınırları dışına radyo ve televizyon yayını yapmasına *"uluslararası yayın" (dış yayın)* ya da *"yurt dışı yayın"* denilmektedir. Bu yayının teknik özelliği vericilerin, bu yayını yapan ülke sınırları içerisine değil, o ülkenin sınırları dışına, yayınların izlenmesi istenen ülkeye yönelik olarak yayın yapmasıdır. Bundan ötürü de yayınların yönlendirilmiş (tevcihli) yayın kanalı olarak kısa dalga üzerinden yapılması zorunludur. Çünkü uzun ve orta dalgada ve daha sonra bulunan FM dalgasından yönlendirilmiş vericilerle yayın yapılamaz. Ancak, dış yayın komşu ülkelere yönelik ise orta ve FM, hatta kimi kez uzun dalgadan yapılabilir.

Dış yayınların -geniş anlamıyla- genel amacı, yayınların yönlendirildiği ülkeye, ülkelere propaganda içerikli mesaj aktarmadır.

Dış yayınlar; ilk radyo yayınlarının başlamasından kısa bir süre sonra, 1927 yılında İngiltere tarafından başlatılmış, ancak sürekli olamamıştır. 1932 yılında dış yayınlarını yeniden düzenleyerek, bu kez Arapça olarak Orta Doğu ülkelerine yönelik olarak başlatılmıştır. 2. Dünya Savaşı öncesi soğuk savaş sırasında propaganda amacı ile 1933 yılında Almanya, Kuzey Amerika'ya yönelik dış yayınlarına başlamış, bunu 1937 yılında İtalya'nın Kuzey Afrika ve Orta Doğu ülkelerine yönelik dış yayınları izlemiştir.

Dış yayınların salt propaganda, karşı propaganda amacıyla yapılması, 2. Dünya Savaşı sırasında hızlanmıştır. Bunu en yoğun biçimde kullanan ise Hitler Almanya'sı olmuştur.

Günümüzde dış yayınların amacı, temelde propaganda olmakla birlikte, farklı nitelikte amaçlarla da yapılmaktadır. Uluslararası ilişkilerdeki yumuşamaya koşut olarak, ülkelerin birbirlerini tanımak, kültürler arası yakınlaşmayı sağlamak, bir ülkenin dış yayın yaptığı ülkede bulunan vatandaşları, ırkdaşlarına kendi ülkelerinden bilgi aktarmak, haber vermek amaçlarıyla da yayınlar yapılmaktadır. Özellikle bacasız sanayi olarak nitelenen turizmin gelişmesine katkıda bulunmak, günümüz dış yayınlarının temel amaçları arasına girmiştir.

Dış yayınların propaganda amacıyla yapılması durumunda, o ülkede elektronik yayın sistemi ne olursa olsun, devlet tarafından yapılır. Bir başka deyişle, dış yayın bir devlet ya da hükümet siyasası olarak yürütülür. Bundan ötürü de bu yayınların gideri doğrudan devlet tarafından karşılanır. Yayın siyasası da yine devletin ya da hükümetin dış politikasına göre düzenlenir. Radyo ve televizyon istasyonlarının özel girişimin elinde olduğu ABD'de dış yayınları yürüten VOA (Voice of America) "Amerika'nın Sesi" Radyosu, Federal Devlet tarafından yürütülür, desteklenir. Avrupa ülkelerinden Deutche Welle, BBC Dış Yayınları da yine Devletin elinde ve denetimindedir.[37]

Uydularla yapılan radyo ve televizyon yayınlarıyla dış yayınların kapsama alanlarında da değişiklikler olmuştur. İç yayınlar, çanak anten ya da kablolu yayınlar yolu ile dış ülkelerce de izlenmeye başlanmıştır. Burada ikili bir uygulamadan söz edilebilir. Birinci, bu türlü yayınlar dış ülkelerden de izlendiği için bilinçli olarak doğrudan o ülke halkına seslenen özel saatlerde ya da farklı kanallarla yayın yapılmakta, bu yayınların içeriği o ülkelerdeki halkın gereksinimine, istek ve beğenisine göre düzenlenmektedir. Hatta reklam alan kanallarda reklamlar bile o ülke ya da o ülkelerde de kullanılması söz konusu olan ürün ve hizmetleri kapsamaktadır. Örneğin, uluslararası bankalar, araba modelleri, kolalı içecekler gibi.[38] İkincisi ise, bu kanallardaki yayınların içeriğinde herhangi bir farklılaşma yoktur, ancak kimi show, yarışma gibi program türlerinde, bu ülkelerden de doğrudan ya da dolaylı olarak iletişim kurularak, yayın alanlarının kapsamı ile ilgili dolaylı bir bilgi vermekte, bu da "reyting" olayının bu yolla duyurulmasını sağlamaktadır.

DX Kulüpleri

Dış yayınların giderek salt propaganda amacını bırakmaları, bunun yerine ülkeyi tanıtıcı yayınlara ağırlık vermeleri, dış yayın izleyicilerinin çoğalmasına ve izleyicilerin birbirleri ile bağlantılar kurmalarına, örgütlenmelerine neden olmuştur. Bir anlamda dış yayınların izlenmesi, günümüzde bir alışkanlık, bir tutku, bir boş zaman uğraşısı durumuna gelmiştir. Bu tür alışkanlıkları olanların kurdukları kulüplere *DX (Distance Unknown) "Bilinmeyen Uzaklık"* kulüpleri denilmektedir. Yakın zamana kadar dış yayınların daha çok radyo yayını olarak yapılması, amatör

37 Dış yayınlarla ilgili geniş bilgi için bkz. Akarcalı 1989.

38 Bu konuda ATV, Kanal D ile Samanyolu'nun bu tür yayınları özel TV kanal yayınlarına örnek olarak verilebilir.

radyoculuğun gelişmesi, DX kulüplerinin ve üyelerinin sayısının artmasına neden olmuştur. İlk DX kulübü Japonya'da kurulmuş, daha sonra ABD'de yaygınlaşmıştır. DX radyoculuğunun temel amacı, yayınların izlenmesidir. Bunun için uluslararası nitelikte SINPO kodu kabul edilmiştir (WRTH 1977, 2006).[39]

6.4 Yapım Malzemesine Göre Yayınlar

Radyo ve televizyon yayınları, programda ağırlıklı olarak kullanılan, yapım malzemesinin söz ya da müzik olup olmamasına bağlı olarak da kümelendirilir. Hatta denilebilir ki, yayıncı acısından asıl anlamlı olan ayırım bu tür bir kümelendirmedir. Televizyon yayınları için bir üçüncü yayın türü ise, görsel niteliğin belirlediği sinema, film, televizyon dizileri, gibi dramatik yapımların oluşturduğu yayın türüdür. Ancak, bu yayın türü, daha çok biçimsel bir kümelendirmede daha anlamlıdır. Çünkü pantomim ya da yalnızca görsel nitelikli fotoğraf gibi ana malzemesi görüntü olan yapımlar ya da yapımlar içerisindeki parçacıklar dışta tutulursa, her görüntülü mesajda ya söz ya müzik öğesi bulunur.

6.4.1 Söz Yayınları

Genel olarak tanımlamak gerekirse, söz yayınları radyo ve televizyonda verilen her türlü iletinin (mesajın) topluma söz yolu ile aktarılmasıdır. Hangi yönetim biçimi ile yönetilirse yönetilsin, tüm radyo ve televizyon yayınlarında söz öğesi vardır. Ancak, yayının söz programı olup olmaması söz öğesinin, malzemesinin ağırlığına bağlıdır. Salt söz programlarına örnek olarak haber bültenleri, açık oturumlar, paneller, yuvarlak masa, eğitim ve kültür programları, belgesel programlar verilebilir.

6.4.2 Müzik Yayınları

Yayınlarda ağırlıklı olarak kullanılan bir diğer yapım malzemesi müziktir. Hangi ülke yayını olursa olsun radyo ve televizyonlarda müziğin kullanılması kaçınılmazdır. Bir anlamda müziğin kullanılması diğer söz programlarının izlenmesi için bir araçtır, yoldur ya da taktiktir. Ancak, müziğin ağırlıklı olarak kullanıldığı program türleri vardır. Bunun da türü, süresi, veriliş biçimi ülkeden ülkeye farklılık gösterir.

---

39 SINPO, S (Signal Strength - Sinyal Gücü), I (Interference-Karışma), N (Static Noise - Statik Sesler), P (Propagation Disturbance - Kısılma) ve O (Overall Merit - Yayın Kalitesi) harflerinden oluşan teknik bir kod olup, DX üyelerinin izledikleri dış yayınlar hakkında o ülkeye teknik bilgi vermelerini sağlar.

Söz yayınlarının içerisinde salt söz yayınları dışta bırakılırsa haber bültenleri gibi müzik öğesine de rastlanır.[40] Ancak burada ağırlık sözde olduğu için yayının genel niteliği söz yayınıdır. Bunun tersi olarak da bir müzik yayınının içinde söz öğesine rastlanabilir. Söz gelişi bir müzik programının açıklamalı kısımları sözden oluşur. Ancak, burada programın genel niteliği müzik olup söz öğesi yardımcı olduğundan, yayın müzik yayım niteliğindedir. Gerek söz yayınları, gerekse müzik yayınlan çeşitli kısımlara göre kendi içlerinde de türlere ayrılmaktadırlar. Örneğin, söz programlarını eğitsel, kültürel, haber programları olarak ayırabildiğimiz gibi, müzik programlarını da hafif müzik, klasik müzik, dans müziği, folk müziği vb. gibi türlerde toplayabiliriz.

Radyo ve televizyon yayınlarını söz ve müzik olarak iki temel kümede toplama işlemi, daha çok yayın kurumlarının program planlamalarında görülür. Bir yayın kurumu yayınlarını planlarken, programlarının ne kadarının söz, ne kadarının müzik yayınlarına ayrılacağını saptar. Bunu da belirleyen en önemli etken, o yayın kurumunun ne amaçla kurulduğu, yayın yaptığı ve hangi yönetim biçimi ile yönetildiğidir. Özel girişimin elinde bulunan radyo ve televizyon kurumlarında eğlence amacı ağır bastığından müzik yayınları oran olarak fazladır. ABD'deki tecimsel radyo-televizyon istasyonlarında bu oran çoğu kez % 80'e varmaktadır. Kamu hizmeti ya da hükümet sistemlerini benimseyen yayın örgütlerinde de bunun tersi bir durum söz konusu olup, söz yayınları ağırlıktadır.

Genel olarak, kanalların yönetim biçimleri, yayınlardaki söz ve müzik oranlarını saptamada etkili olmakla birlikte, o yayın kurumunun farklı yayın kanallarının amaçlarına göre de bu oranlar değişmektedir. Özel girişim elinde olup, yalnızca haber yayını yapan radyo ve televizyon istasyonlarında söz oranı çok yüksektir.

Söz ve müzik genel ikili yayın türüne, yalnızca televizyon yayınlarında geçerli olmak üzere bir üçüncü tür yayın olarak "görüntü" yayın türünü ekleyebiliriz. Bu tür yayında ne söz ne müzik yer almakta, buna karşılık hareket ve görüntü olmaktadır. Bu tür yayına en güzel örnek, pantomimdir.

6.5 Yapım Biçimine Göre Yayınlar

Radyo ve televizyonda yer alan programlar belirli biçimlerde hazırlanırlar. Bunlar tek ve iki sesli düz konuşmalar, röportaj, oyun, drama, yarışma, karma gibi değişik

40 Haber bültenlerinde ya da kısa haberlerde giriş ve çıkışı belirleyen sinyal türü müzik kullanılabilirse de haber altında fon olarak müziğin kullanılması, habere olan ilgiyi ve dikkati dağıtacağından son derece sakıncalıdır. Burada müzik kullanılmasının haberin izlenmesini zorlaştırmaktan başka bir rolü yoktur.

biçimler olabilmektedir. Programın amacı ya da içeriği ile bağlantılı olarak yapım biçimi de belirlenir. Amacı haber verme olan bir yayının yapım biçimi tek ya da iki sesli düz konuşma şeklinde olacaktır. Radyoda bu tür verilişi biçimlendiren yalnızca söz iken, televizyonda sözlü mesajı destekleyen film, slayt, fotoğraf gibi görüntü malzemesi de işe karışmaktadır.

Ø Düz Programlar

Bu tür yapım şeklinde asıl olan verilen mesajların bir ya da iki sesle verilmesidir. Bu tür yapımlarda müzik, efekt kullanılmaz. Bu tür yayınlarda bir kişinin (spikerin) anlatımı olabileceği gibi, iki kişinin karşılıklı konuşması ya da soru-cevap niteliğindeki anlatımı da olabilir. Bir konuda uzman kişilerle, iş yerinde ya da stüdyo içerisinde yapılan röportaj türü yapım biçimi de genel olarak düz yapım biçimine sokulabilir. Bu biçimde yapılan yayınlarda amaç, doğrudan izleyiciye ulaşmak, ona ileteceğini kısa yoldan az ve öz olarak vermektir. Bu bakımdan, özellikle tek sesli olan programlarda, sürenin kısa olması asıldır. Bu süre, programın amacına göre 5-20 dakika arasında sınırlandırılmalıdır. Uzun süreli düz programlarda bir süre sonra ilgi dağılacağından, program amacına ulaşmayabilir. Genellikle haber, sohbet, aydınlatıcı (sağlık, trafik, anma programları) programlarda bu biçimler kullanılmaktadır.

Ø Müzik Programları

Program yapım malzemesine göre yapılan genel ikili ayırımda da temel grup olarak gördüğümüz müzik programları, aynı zamanda bir yapım biçimi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Canlı-ses bandı-videobandı olarak alınan müzik yanında kimi kez onu açıklayıcı, tanıtıcı kısa düz konuşmalar da bu biçimde yer alır.

Ø Drama Türü Programlar

Radyo ve televizyonda yer alan tiyatro oyunlarının doğal veriliş biçimi olan dramatik yapım, oyun yanında, kimi anlatımların veriliş biçimi olarak da alınmaktadır. “Oyunlaştırma” olarak daha çok adlandırılan bu biçimde iletilmek istenen bilgi —ki bu çoğu kez eğitici olmaktadır— oyun içerisinde verilmektedir. Özellikle, kırsal kesime seslenen eğitsel amaçlı yayınlarda, çocuklara ve kadınlara

seslenen programlarda daha ilgi çekmek, daha etkili olmak amacı ile bu yapım biçimi kullanılmaktadır.

Ø **Show Programları**

Bu tür yayınlar genel olarak eğlence türü programlarda görülmektedir. Konuya bağlı olarak izleyicinin stüdyoda ya da alıcısı başında katıldığı gösteri türü programlarda radyoda daha çok müzik yayınları, televizyonda ise müzik yanında çeşitli dans, gösteri grupları görüntü olarak da yer almaktadır.

Ø **Çok Sesli Programlar**

İkiden fazla sesin, kişinin yer aldığı program türüdür. Daha çok açık oturum, yuvarlak masa, panel, yarışma-bulmaca gibi aydınlatıcı, bilgi verici, heyecanlandırıcı programlarda görülür. Ancak, çok sesli programlarda seslerin kullanılış biçimleri yönünden farklılıklar vardır. Açık oturum türü bir programda konuşmacıların gerek nitelikleri gerekse konuşma biçimleri, düzenleri ile bir yarışma programında yer alan kişilerin programa katılmaları ve konumlandırılmaları farklıdır. Bu yönden bakılınca açık oturum, panel, yuvarlak masa gibi daha çok güncel konuların uzmanlarca açıklandığı bir program türü ile genel kültürü yoklama ya da belirli bir konuda heyecan yaratma gibi hususları içeren örneğin yarışma programları gibi programlar ayrı kümelerde; farklı yapım birimlerinde yer alır.

Ø **Karma Programlar**

Bu tür programlarda, yukarıda belirtilen çeşitli yapım türleri bir program içerisinde yer alır. Özellikle genel izleyici kitlesine seslenen, örneğin sabah ya da akşam saatlerinde yer alan belli kuşak yayınlarında görülen bu yapım biçiminde tek ses, sohbet / röportaj, oyun, müzik, hatta küçük dramalar gibi değişik yapım biçimleri kullanılır. Kimi kez özel eğlence programlarının yapım biçimi olarak da karma yapım biçimi kullanılmaktadır.

Ø **Yaygın Kullanılan Program Türleri**

Farklı ölçütler alınarak yapılan tüm kümelendirmelerin dışında, uygulamada görülen program türleri farklılık gösterir. Ülkelere, yayın kuruluşların yapısına, yayın politikalarına göre radyo ve televizyon örgütlerinde farklı olan bu program

türleri, şimdiye dek açıklanan program türlerinin karıştırılmış biçimi olarak da nitelenebilir. Genellikle ülkelerin sosyo-ekonomik durumu; gelişmiş, azgelişmiş, gelişmemişlik durumlarının sınırlandırdığı bu ayırımda yayın örgütleri programlarını, toplumun çeşitli kesimlerini cinsiyet, yaş, eğitim, yaşanılan yer ve yayının amacına göre gruplandırmaktadırlar. Bu gruplandırmalarda ortak olan türler: “Haber”, “haber programları”, “güncel - aktüel programlar”, “çocuk programları”, “eğlence / magazin programları”, “müzik”, “okul programları”, “yetişkin eğitim programları”, “kültür programları” “din ve ahlak programları”, “kadın Programları”, “spor programları” gibi program türleridir.

Ülkenin gereksinmesine göre programlar daha da ayrıntılı biçimde verilebildiği gibi, oranlar da farklı olmaktadır. Ancak, hangi yayın sistemi ile yönetilirse yönetilsin, radyo yayınlarının iki ortak öğesi “haber” ile “müzik”tir. Televizyon için buna “görüntü” öğesini eklemek gerekir. Çeşitli ülkelerde bunların oranları, iç ayrımı —özellikle müzik programlarında— farklı olmaktadır. Radyo ve televizyon yönetim biçimlerinin programlarda yansıması, daha çok eğitsel ve kültürel yayınlara yer verilip verilmemesi şeklinde kendini göstermektedir. Özel girişimci radyo ve televizyonlara yasa ile eğitsel ve kültürel yayın yaparak kamunun kalkınmasına, aydınlatılmasına yardımcılık görevi verilmediğinden, yayınlarında bu tür programlar fazla yer almamaktadır.

BÖLÜM: 7

RADYO VE TELEVİZYON KURULUŞLARININ YÖNETİM BİÇİMLERİ

Kitle iletişim araçlarının en etkinleri olarak bilinen radyo ve televizyon yayınlarının içinde yer aldığı kuruluşların örgütleniş biçimleri, bunların yönetimi, ülkeden ülkeye değişen ve genellikle o ülkenin sahip olduğu siyasal, ekonomik, yönetsel ve hatta coğrafik yapıya bağlı olarak değişir. Bir diğer söyleyişle, ülkede egemen olan özellikler; siyasal ve ekonomik düzen, radyo ve televizyon kuruluşlarının da örgütlenişini, yönetim biçimini belirmektedir. Bundan ötürü zamanımızda bir ülkenin yönetim biçimine bakarak, genel hatları ile o ülkedeki kitle iletişim, araçlarının, özellikle de radyo ve televizyonun nasıl bir örgütlenme içinde olduğu, yani kapitalist bir ülkedeki radyo-televizyon ile sosyalist bir ülkedeki radyo ve televizyon araçlarının nasıl bir yapı içinde olduğu, nasıl yönetildiği kolayca söylenebilir.

Radyo ve televizyon kuruluşlarının örgütlenmeleri ve yönetimleri konusunda dünyadaki çok sayıda farklı örgütlenme ve yönetim tiplerine rastlanabilir. Ancak, bunların genel benzerlikleri bir araya getirilerek gruplandırma yapılabilir.

Bu gruplandırmalarda radyo ve televizyon yayınlarının yönetilmesinde iki temel ölçüt rol oynamaktadır:

- Ø Siyasal erkin (iktidarın) yayın kuruluşunu, yönetim ve denetim altında tutup tutmaması
- Ø Yayın kuruluşunun gelirini nereden sağladığı

Bu iki soruya verilecek yanıtlarla, o ülkenin radyo ve televizyon örgütlerinin yönetim biçimleri ortaya çıkabilir.

Hangi sistemle yönetilirse yönetilsin o ülkedeki radyo ve televizyon kanallarının siyasi yaşamla ilişkileri, sistemi belirleyen en önemli etkendir. Yayın kanallarının

siyasal iktidar (hükümet) ile olan ilişkisi bu genel ilişki içerisinde daha da özel bir konuma sahiptir. Bu kanalların parasal olanakları nereden sağladıkları bile bu ilişki çerçevesinde belirlenir. Aynı şekilde bu kanalların denetlenmesi, yayınların içeriğinin hangi oranda ne olacağı bile bu ilişki çerçevesinde saptanır.

Radyo ve televizyonun kitle iletişim araçları olarak toplumlara hizmet sunmaya başlamalarından bu yana geçen 70-90 yıllık bir süre içerisinde farklı sistemler uygulanmıştır. Bu uygulamalarda ölçütler ise, yukarıda da belirtildiği üzere, bu araçlara yüklenen işlevler, bu yayın kanallarının siyasal erk ile ilişkisi ve parasal kaynağını nereden sağladığı ile çerçevelenmiştir. Bu sistemler içerisinde genel olarak kabul gören üç farklı sistemden söz edilebilir. Ancak, farklı görünmesine karşılık, gerçekte birbirleri ile de örtüşmektedir.

7.1 Devlet - Hükümet - Özel Girişimci Sistem

Bu kümelendirmede temel olarak devlet, hükümet ve özel girişimci üçlü bir ayrımı yapılmaktadır. Ancak sistem, daha ayrıntılı olarak beşli grupta da verilmektedir. Yayıncılık tarihi açısından yapılan bu sınıflama en eski ve klasikleşmiş bir sınıflamadır.

7.1.1 Ulusal (Devlet) Yayın Sistemi

Ulusal yayın sisteminde (National System), yayın kanalları doğrudan ya da dolaylı olarak devletin elinde bulunur ve kamu yararına yayın yapılır. Yayın kanallarının siyasal erk ile ilişkisi yasalar ile belirlenmiştir. Geliri devlet tarafından, onun koyduğu kurallar çerçevesinde devlet bütçesinden ya da radyo ve televizyon hizmetlerinden yararlanma karşılığı olan ruhsat ücretlerinden sağlanır. Bu sisteme örnek olarak, özellikle Avrupa ülkelerindeki demokratik ülkelerdeki devletlerin elindeki radyo ve televizyonları verebiliriz. İngiliz yayın kurumu BBC buna en iyi örnek olarak verilebilir. Sistemin, reklamlara yer veren uygulaması ise *"Ulusal - Tecimsel Sistem" (National Commercial System)* adı ile adlandırılır. Yayın kanalları giderlerini karşılamak üzere devletten elde edilen bütçeye ek olarak ya reklamlara yer verirler ya da gelir elde etmek üzere diğer faaliyetlerde (program satışı gibi) bulunurlar. Bu sistem, genel olarak Avrupa ülkelerinde ve Avrupa dışında, geçmişte Avrupa ülkelerinin (İngiltere, Fransa, Hollanda, Belçika gibi) yönetimi altında olan bir kısım Asya ve Afrika ülkelerinde de görülmektedir. Türkiye'de TRT bu sisteme örnek olarak verilebilir. 1990'lı yılların başından sonra ise karma bir sistem olarak

“ulusal ve tecimsel” karma sistemi benimsemiştir. Günümüzde giderek karma sistem yaygınlaşmaya başlamıştır. Özellikle, Sovyetler Birliğinin yıkılmasından sonra ayrılan ülkelerde bu karma sistem uygulanmaya başlamıştır.

Gerek ulusal, gerek ulusal tecimsel sistemler ilk uygulandıkları yer olması bakımından aynı zamanda da “Avrupa sistemi” olarak da adlandırılmaktadır.

7.1.2 Hükümet Yayın Sistemi

Hükümet sisteminde (Governmental System) radyo ve televizyon kanallarının yönetimi doğrudan hükümetlerin elindedir. Yayın kanalları ile hükümet arasındaki ilişkiler, siyasal erklerin çerçevelediği biçim ve içeriktedir. Radyo - televizyon yönetimleri bu ülkelerde devlet-hükümet denetimindedir. Ancak, yöntemler ülkeden ülkeye farklılık gösterir. Örneğin Avrupa’nın sosyalist ülkelerinde yayın yönetimleri, her yönü ile devlet-hükümet-siyasal parti ilişkisi içerisinde sıkı denetim ve baskısında olduğundan yayınlanan programlar “parti siyasasını” pekiştirecek niteliktedir. Tecimsel yayınlara yer verilip verilmemesi, ülkeden ülkeye değişebilir. Ancak, sistemin demokratik olmayan ülkelerde uygulanması durumunda ülkedeki yönetim biçiminin doğal yansıması olarak, rekabeti gerektiren bir durum olmadığı için, reklama yer verilmesi rekabet için değil, mal ve hizmetlerin tanıtılması, duyurulması amacıyladır. Sistem, merkezi hükümetlerin çoğunlukta olduğu Avrupa ve Afrika ülkelerinde görülmektedir. Bu yöntemin de yaygın olarak uygulandığı ülke —tarihsel gelişimi içerisinde— Avrupa Kıtası olduğu için, sistemin bir diğer adı da yine ***“Avrupa Sistemi”***dir.

7.1.3 Özel Girişimci Sistem

Radyo ve televizyon kanallarının özel girişimin elinde olduğu *“Özel Girişimci Sistem” (ticari-tecimsel) (Commercial System)*’de radyo ve televizyon yayınları kar elde etme amacı ile yapılır. Ülkelerin yasaları çerçevesinde, isteyen her gerçek ve tüzel kişinin, gerekli koşulları yerine getirerek radyo - televizyon kanallarını kurma ve işletme hakkı vardır. Bu tür yayın sistemlerinde siyasal erk ile yayın kanalları arasındaki ilişki, yasalarla sınırlanmıştır. Yayın kanallarının giderleri devletten değil, kuruluşların kendileri tarafından karşılanır. Bunun da en yaygın yolu, yayınladıkları reklamlardan elde edilen gelirdir. Bu tür toplumlarda reklam piyasası çok gelişmiştir. Bu bakımdan yayın sistemleri özel girişimci olan ülkelerin ekonomik sistemleri liberal ekonomiye dayanır. Bu sistem ilk kez liberal ekonominin en yoğun olduğu

ABD ile bu ülkenin siyasal, ekonomik etkisinde olan Latin Amerika Ülkelerinde uygulandığından sistem, ***"Amerikan Sistemi"*** olarak adlandırılmaktadır.

7.1.4 Kurumsal Yayın Sistemi

"Kurumsal Yayın Sistemi" (Institutional System) gerçekte bir ülkenin yayın sistemini tek başına belirleyici değildir. Belirli kurumlar, topluma verdikleri hizmetleri daha etkili olarak yapmaları için radyo ve televizyon yayınlarından yararlanırlar. Bu yayın kuruluşlarının amaçları, doğrudan kendi amaçları ile sınırlıdır. Örneğin, üniversitelerin yapmış olduğu radyo televizyon yayınları, vakıfların, derneklerin ya da devlet kurumlarından kimilerinin, örneğin polisin, meteorolojinin, askerlerin, doktorların kendi hizmetlerini halka daha iyi aktarmak için yapmış oldukları radyo ve televizyon yayınları bu tür yayınlardır. Bu yayın kanallarındaki devlet ve hükümet ile ilişki, kurum ya da kuruluşun bulunduğu statüye bağlı olmakla birlikte, yayınlar hizmete yönelik ve çoğunlukla haber vermek ve eğitmek üzere yapıldığından, sınırlıdır. Yayınlar, kurumun amaçları ile sınırlandırılmıştır. Bu tür radyo ve televizyon kanallarının gelirleri ise kuruluşun kendisi tarafından ya da hükümet ile ilişkili ise, genel bütçeden karşılanır.

7.2 UNESCO'nun Yayın Kuruluşlarını Sınıflandırması

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), 1976 yılında aldığı bir tavsiye kararı ile radyo ve televizyon kurumlarının yönetim sistemlerini, yayın kurumlarının toplumdaki işlevleri, bu işlevlerle ilgili hizmetleri dikkate alarak üç grupta toplamıştır. Bu sınıflamada temel alınan ölçüt (kriter) *"kamu hizmeti"*, *"kamu görevi", "kamu yararı"* gibi kavramlar olmuştur. Özellikle, 1970'li yıllarda başlayan toplumun haber alma özgürlüğü tartışmaları, radyo-televizyon yayınlarının ya da genel olarak alındığında tüm kitle iletişim araçlarının toplumdaki işlevlerini; *'topluma hizmet mi? hükümete hizmet mi? yoksa kişisel çıkarlara hizmet mi?'* tartışmasını getirmiştir. Bu tartışmalardan çıkan ayrımda, demokratik ülkelerde toplumların haber alma özgürlüğünün yayınlar yolu ile sağlanmasının temel koşul olduğu, hatta demokrasinin temelinde haberlerin serbestçe dolaşımının, en gelişmişinden en gelişmemişine kadar, toplumsal gereksinmeleri karşılamak üzere biçimlenmesinin gerektiği üzerinde durulmuştur. Hatta bu nedenle daha sonraları kitlesel iletişimde ve özellikle elektronik yayıncılıkta kuralların kaldırılması,

serbestleştirilmesi (deregülasyon - deregulation) ya da yeniden düzenlenmesi (re-regülasyon) ile ilgili tartışma ve uygulamalar yapılmıştır.[41]

7.2.1 Kamu Hizmeti Yayın Sistemi

"Kamu Hizmeti Yayın Sistemi" (Public Service Broadcasting Institution), birinci kümelendirmede görülen "ulusal sistem" ile örtüşmektedir. Bu sistemde yayın kuruluşları topluma hizmet vermek amacı ile yayın yaparlar. Yayınlarında egemen anlayış, kamuya, topluma hizmet vermektir. Bu bakımdan toplumu oluşturan herkesin haber alma özgürlüğü, tarafsız bir şekilde yayın kuruluşlarınca karşılanmalıdır. Yayın kuruluşları ile ilgili yasal düzenlemeler, bu hizmeti gerektiğince yerine getirmek üzere yeniden düzenlenmiştir. Bunu sağlamak üzere de yayın kuruluşları ile devlet ve hükümet ilişkileri sınırlı tutulmuştur. Ancak, uygulamalar ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Yayınların giderleri devletten ve sistemin özelliğine bağlı olarak ruhsat ücretlerinden ya da reklamlardan karşılanır.

7.2.2 Hükümet Yayın Sistemi

"Hükümet Yayın Sistemi" (Governmental Broadcasting Institution), daha önce aynı ad ile verilen sistemle aynı niteliktedir. Yayınlarda egemen yaklaşım, yayın kuruluşlarının temel işlevi, kamu görevi anlayışı ile devletin, hükümetlerin politikalarının pekiştirilmesi çerçevesinde yapılmasıdır. Bu sistemde de kamu hizmeti anlayışı olmakla birlikte, bu hizmetin verilmesinde "kamu görevi" yaklaşımı temel olarak alınır. Yayınların giderleri devlet, hükümet ve yasalar çerçevesinde oluşturulan diğer kaynaklardan sağlanır.

7.2.3 Özel Girişimci Yayın Sistemi

Özel Girişimci Yayın Sistemi, diğer adıyla *"Tecimsel Yayın Sistemi" (Commercial Broadcasting Institution)*, birinci kümelendirmede görülen özel girişimci sistemle aynıdır. Yayın kanallarının sahibi özel kişilerdir. Bu kuruluşların "kamu hizmeti" anlayışı ile hareket etmeleri beklenmez. Bu tür yayın kanallarında toplumun haber, eğitim, kültür gibi gereksinimlerini karşılayacak programlar değil, en çok izleyici çeken, müzik, eğlence gibi programlar ya da -televizyon için- film ve drama

41 Konu ile ilgili olarak bkz. Mc Bride 1980; Türkçe çevirisi için UNESCO 1993 Tekinalp 2003 ve http://www.rtuk.org.tr/upload/UT/37.pdf (Mustafa KARAOĞLU Dünya'da ve Türkiye'de Sayısal Karasal TV Yayıncılığı (DVB-T1 & DVB-T2).

dizileri yayınlarda yer alır. Bu yayın sisteminde "rating" (izlenme oranı) en önemli ölçüttür. Çünkü bu kanalların geliri, neredeyse tüm olarak reklamlarla karşılanır.

7.3 Sistemlerin özellikleri

7.3.1 Kamu Hizmeti Yayıncılığı Sisteminin Özelikleri

Ulusal (Avrupa) ya da Kamu Hizmeti Yayıncılık sistemi ile Hükümet Sistemi'nin özellikleri, olumlu ve olumsuz yanları, aralarında benzerlik ve ayrılıklar şöyle sıralanabilir:

- Sistem genel olarak tekelci-monopolcü sistem olarak adlandırılır, Kimi ülkelerdeki ulusal ya da kamu hizmeti yayıncılığı sistemlerinde, birlikte ya da ayrı ayrı olarak özel girişimciliğe açıktır. Ancak, demokratik olmayan ülkelerde hükümet sistemi tek olarak varlığını sürdürür.
- Yayın olanakları-istasyonları, şebeke vericileri sınırlıdır. Stüdyo ve stüdyo araçları devletin ya da merkezi hükümetlerin elinde ya da denetimindedir.
- Bu sistemlerde ulusal birlik ruhu yaratılır. Aynı programların radyo ve televizyonlarda yayınlanması çoğunlukla izleyiciyi aynı yönde etkileyebilir. Güncel, ülke politikası ile ilgili politikalarda kamuoyu oluşturulmasına yardımcı olur.
- Yayın teknik olanakları çok sınırlıdır. Teknolojik gelişmeleri hemen elde etmesi oldukça zordur. Çünkü kanalların yatırım harcamaları da devlet tarafından karşılanır.
- Programların yapımı merkezileşmiştir. Pratik olarak birçok program merkezde yapılarak diğer istasyonlara gönderilir. Bölgesel program katkısı küçüktür. Programlarda genellikle merkeziyetçi bir tutum olduğundan, program yapımında ekonomi yaratmaktadır. Şebeke yayını olduğundan hazırlanan programlar, fazla bir gidere gereksinim göstermeden, başka yerlerde de yayınlanabilmektedir. Bundan ötürü, fazla yapımcıya, yazara, oyuncuya, teknik elemana vb. gerek olmadığından, program harcamaları yüksek değildir.
- Devletin ya da hükümetin sahip olduğu ya da denetiminde tuttuğu radyo ve televizyon sistemlerinde, bu araçların kültüre ve kitle eğitimine yönelmeleri, ağırlık vermeleri kolaylaşır. Her tür programda eğitim ve kültüre katkıda bulunan iletilere yer verilir. Reklam yolu ile en geniş kitleyi çekme zorunluluğu yoktur.

- Yayınlarda temel amaç topluma hizmettir. “Kamu Hizmeti”, “Kamu Görevi” anlayışı egemendir. Toplumun yararına olan her şey yayınlarda yer alır. Hükümet sisteminde bu özellik oldukça sınırlıdır. Toplumun yararından çok devletin, hükümetin, giderek siyasi partinin çıkarları ön planda tutulduğundan, toplumun tarafsız olarak haber alması zaman zaman sınırlandırılabilir, özellikle demokrasiyle yönetilmeyen ülkelerde bu durum daha da belirgindir.
- Yayınlar genel olarak kâr amaçlı değildir. Ancak, az sayıda ülkede reklâm yayınlarına, bütçe giderlerini karşılamak üzere, yer verilir. Gelir, devletten ve radyo-televizyon alıcılarından alınan yıllık kullanım ücretinden (ruhsatiye) ve program satışından elde edilir.
- Yayın kurumlarının yöneticileri daha çok hükümet tarafından ya da devletin çeşitli kurumları (meclis, cumhurbaşkanı, devlet başkanı, vb.), tarafından atanır ve görevden alınır. Bu bakımdan da yöneticilerin kendini göreve atayanların etkisinde kalma olasılığı çok fazladır, özellikle Hükümet sisteminde bu durum çok daha belirgindir.

7.3.2 Özel Girişimci Sistemin Özelikleri

Özel Girişimci (tecimsel) ya da diğer adıyla, Amerikan Sistemi yayıncılığının özellikleri şöyle sıralanabilir:

- Yayınlarda çoğulculuk hakimdir. Her özel ya da tüzel kişinin, koşulları yerine getirerek, yayın yapma hakkı vardır.
- Devletin ya da hükümetin yayınlarda denetimi, yalnızca yayınlara izin vermek ve yayınların çok genel çerçevedeki koşullara uyup uyulmadığını sağlamaktır. Devletin ya da hükümetin yayın öncesi ve sonrası herhangi bir denetimi söz konusu değildir.
- Radyo ve televizyon kanallarının geliri devletten, hükümetten ya da alıcılardan değil, yalnızca reklamlardan elde edilir. Ya da belli hizmetleri görme amacıyla eğitim gibi, çeşitli örgütlerce karşılanabilir. Bir başka deyişle, yayın kanallarının varlığı reklama dayanır. Reklam ise, izleyici sayısı ile belirlenir; izleyici sayısındaki artış, alınan ve verilen reklamların da sayısını ve süresini belirleyeceğinden tüm çabalar, sonuçta reklam pastasından daha çok pay almak içindir.

- ü Reklam, yayınlarda temel belirleyici olduğundan çok izleyici, çok reklam mantığından hareketle programların en ilgi çekici olması istenir. Bunun için de sık sık yapılan izleme oranları (rating) ile ilgili araştırmalar yol göstericidir. Yayınlarda yer alan programlar, bu "rating"lere göre yayınlarda yer alır. Kanallar arasında oldukça önemli rekabet, yarışma vardır. Bu rekabet hem yöresel hem ulusal şebeke istasyonlarında görülür.
- ü Programlarda merkezileşme yoktur. Her kanal, kendi yayın politikasını, izleyicisinin özelliklerini dikkate alarak saptar. Bu bakımdan küçük izleyici gruplarının istek ve beğenilerine de programlarda yer verilir. Bunun doğal sonucu olarak da ulusal nitelikte, kamuoyu oluşturma, belirli devlet politikalarının yayın yolu ile oluşturulması oldukça zordur.
- ü Yayınlarda rekabet temel belirleyici olduğundan, en iyi program, en zengin program, en ilginç program yapma yarışı vardır. Bu bakımdan, yayın kurumları arasında acımasız bir rekabetin sonucu olarak yönetici, yapımcı, yönetmen, sunucu (spiker), showman, teknik elemanların transferi sık sık ve oldukça yüksek ücretlerle yapılır. Bu durum ise, kamu hizmeti ya da kamu görevi anlayışı ile yapılan yayın kurumlarında çalışanların durumlarını olumsuz olarak etkiler.
- ü Yayın yapma hakkı, olanakları ve izni olan herkes tarafından yapıldığı için yerel (mahalli) yayıncılık çok gelişmiştir. Bu bakımdan yayınlarda yerel özellikler; haber, eğitim, eğlence ve tüm bunların varlığının nedeni olan reklam yayınları yerel özellikler taşırlar.
- ü Yayın kurumlarının yönetici ve diğer çalışanları, atama ve görevden alınmalarında devletin, hükümetin herhangi bir yetkisi yoktur. Ancak, her zaman olduğu gibi, reklam ya da diğer parasal yollarla yayınlara etki etme olasılığı her zaman için söz konusudur. Özellikle, son yıllarda gelişen medya patronluğu olgusu ile çapraz ilişkilere sahip radyo ve televizyon kanallarının, hangi yollardan iktidarlar tarafından etkileneceği hususu oldukça önem kazanmaktadır.

7.3.3 Sistemlerin Uygulanması

1950'lerden sonra bağımsızlıklarını kazanan ve endüstriyel gelişmelerini gelişmiş toplumlar düzeyine çıkarmayı amaçlayan ülkeler, kalkınmalarında kitle iletişim

araçlarını ve özellikle elektronik kitle iletişim araçları olan radyo ve televizyonu kullanmaya başlamışlardır.

Radyo ve televizyon önceleri haber alma kaynağı olarak kullanılırken, sonraları kalkınma ve özellikle kalkınmanın temeli olan insan eğitiminde de kullanılmaya başlanmıştır. Bu ülkeler, daha çok devlet ya da hükümet denetiminde yönetilen radyo ve televizyon istasyonlarına sahip olduklarından, toplumsal sorumluluk düzeniyle yayınlarını yürütmüşler; zamanla özel girişim yayıncılığına da yer vermişlerdir. Ancak, bu ülkelerde teknolojik gelişmelerin izlenmesi ve kullanılması, gelişmiş ülkelere bağlı olduğundan 3. Dünya devletlerinin bu araçlardan kalkınmada yararlanmaları sınırlı olmuştur.

Elektronik kitle iletişim araçlarının kalkınmadaki bu sınırlılığı bazı uluslararası örgütlerin bu konudaki girişimleri ile çözümlenmeye çalışılmıştır. Başta Birleşmiş Milletler (BM) ve ona bağlı kuruluşlardan Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) olmak üzere, BM'ye bağlı Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Sağlık Örgütü (WHO), Dünya Bankası (WB) gibi uluslararası örgütler, düzenledikleri ya da destek verdikleri elektronik iletişim teknolojisi kullanılarak yapılan projelerle, toplumsal hareketliliği sağlamış ve ülkelerin kalkınmasına yardımcı olmaya çalışmışlardır.

Yukarıda ayrıntılı olarak açıklamaya çalıştığımız radyo ve televizyon yönetim biçimleri, günümüzde ülkelerin yönetim biçimlerine, koşullarına ve olanaklarına göre değişen oranlarda kullanılmaktadır. Bazı ülkeler yalnızca tek bir yönetimi benimsemiş iken, bazı ülkelerde bir kaç yönetimin bir arada kullanıldığı da görülmektedir.

Genel olarak bir değerlendirme yapılacak olursa, bir zamanların 3. Dünya ülkeleri olarak adlandırılan Hindistan, Uzak Doğu'da bazı ülkeler ile yeni bağımsızlığını kazanan ülkelerdeki radyo ve televizyon yönetim biçimlerinin daha çok devlet, hükümet ya da bir kamu kuruluşu olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Buna karşılık Amerika kıtası ve onunla uzun süreli ilişkide bulunan ülkelerde özel girişimci yöntemlerin uygulandığı bilinmektedir. Ancak burada bir noktaya dikkat çekmek gerekir; birçok ülke giderek, özel girişimin de içinde yer aldığı, karma yöntemi benimsemektedir. Özellikle, ekonomileri liberal ya da karma olan ülkelerde başlangıçta devlet tekelinde olan radyo ve televizyon yayın hakkı, özel girişim ile paylaşılmaktadır. Buna en çarpıcı örnek Avrupa ülkeleridir. Merkezi devlet yapısında olan pek çok ülke hatta bir zamanların komünist rejimini benimsemiş Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra tek tek bağımsız ülke durumuna gelen

ülkelerde de elektronik yayıncılıkla ilgili yönetim biçimi ve yapılanma da değişmiş ve karma sistemler uygulanmaya başlanmıştır.

1990'lı yılların başlarından itibaren ise bu konuda düzenleyici kurallar koyma çalışmalarını başlatan bir diğer uluslararası kuruluş "Avrupa Konseyi", "Avrupa Parlamentosu" ve "Avrupa Birliği"dir. Bu kuruluşların radyo ve özellikle televizyon ile ilgili düzenlemeleri, bu kuruluşlara üye ülkeler için bağlayıcı niteliğindedir (konu ile geniş bilgi için bkz. 8. Bölüm).

7.4 Yasa Dışı Radyo ve Televizyon Yayınları

Radyo ve televizyon yayınlarının toplumlara etkisi ve tecimsel yayınların gelir getirici özelliklerinden ötürü, 1950'li yılların sonuna doğru, ülkelerin iznini almadan hem siyasi, hem tecimsel amaçlı —vergi verme külfetini yüklenmeden— kaçak, izinsiz radyo ve televizyon yayınları yapılmaya başlanmıştır. Bu yayınlar, amacına bağlı olarak, *"korsan yayın"* ve *"gizli yayın"* olarak iki grupta toplanabilir.

7.4.1 Korsan Yayın

"Korsan" (pirate / offshore radio/TV) yayın adı verilen bu yayın istasyonları, uluslararası sularda bulunan gemilerden yayın yapan, herhangi bir ülkeye kayıtlı olmayan tecimsel yayın istasyonlardır. Özellikle, Avrupa'da ilk kez başlamış ve sayıları oldukça kabarıktır. Çoğunlukla müzik ve eğlence türü programlar ile sinema filmi ve dizi filmler yayımlarlar ve reklâmlara yer verirler. Yayınların herhangi bir denetimden yoksun oluşu, yalnızca reklamların izlenmesi düşünüldüğünden eğlenceye ve özellikle, ulusal radyo ve televizyon istasyonlarının, yasaları gereğince, yer veremediği tür ve içerikte programlara yer vermeleri sonucunu doğurmaktadır. Bu yayınlar oldukça geniş bir izleyici kitlesince izlenmektedir.

Korsan radyoların ilki 1958'de, İsveç ile Danimarka arasında Sund bölgesi olarak adlandırılan sularda, bir tekne üzerinde Kopenhag'a (Danimarka) yönelik olarak başlamıştır. Daha sonraları 1961'de Great Belt sularında yine Danimarka'ya yönelik *"Radio Mercur"*, 1962 de Stockholm yakınlarında İsveç *"Radio Nord"* ile aynı yıl yine Sund bölgesi dolayında *"Danimarks Commerciell Radio"* adlı radyo istasyonları korsan radyo yayınlarına başlamışlardır. Daha çok Danimarka ve İsveç'e yönelik bu yayınlara, 1960 yılından beri de Hollanda, Belçika ve İngiltere'ye yönelik korsan radyo yayınları eklenmiştir (Schramm-Alexander,1973, s. 590).

İngiltere'ye yönelik olarak korsan radyo yayınları 1964 yılında İngiliz karasularının hemen dışında *Kuzey Karolin (North Caroline)* ile *Güney Karolin (South Caroline)* adlı iki korsan radyo istasyonu ile başlamıştır. DJ'li canlı yayınları ile İngiltere içinde 9 milyona varan bir izleyici kitlesince izlenmesi üzerine, İngiliz Hükümeti önlem almaya yönelmiş; İngiliz Parlamentosundan geçirilen bir yasa ile hem bu istasyonların, hem de diğer yayın yapan örneğin, *"Radio London"* adlı korsan radyo yayınlarını durdurmuştur. Ancak daha sonra bu yayınlar yeniden başlamıştır. Son yıllarda ise bu yayınlar Internet'ten de yararlanarak Web siteleri açmışlar ve yayınlarını oradan da yapmaya başlamışlardır.[42]

ABD'de de bu tür benzeri korsan yayınlara rastlanmakta; Pasifik Okyanusunda yabancı bayraklı teknelerden yayın yapılmaktadır. 1967 yılında bu tür yayın yapan korsan radyo istasyonlarının sayısı 10 dolayında olmuştur. Ancak, gemilerden yapılan yayınlar, ABD için Avrupa'da olduğu gibi çok ciddi sorunlar doğurmamıştır.

Genel olarak bu istasyonların durumu ele alındığında, o ülkenin ulusal nitelikte, izinli, kayıtlı istasyonlarının yayınlarına olan ilgiyi azaltmakta; bu da reklam gelirleri ile ayakta duran radyo kanallarındaki reklam gelirlerinin azalmasına neden olmakta; devletin vergi toplaması zayıflamaktadır. Ulusal nitelikte doğrudan kamu yayıncılığı yapan kanallardaki haber, eğitim ve kültür türü yayınların ağır bastığı ülkelerde ise, bu amacın gerçekleşmesini büyük ölçüde aksatmaktadır.

Kuşkusuz, bu tür sakıncaları yanında, bu istasyonların doğurduğu bir başka önemli sorun da, izin almadan yayın yapıldığı için teknik yönden radyo frekanslarında karışma (enterferans) olması; ulusal nitelikteki istasyonların teknik yönden yayın niteliğinin bozulmasıdır.

Radyo yayınlarının yanında, özellikle 1970'li yıllarda korsan televizyon yayınları da başlamıştır. Özellikle, Güney Avrupa'da görülen bu tür korsan televizyon istasyonlarında aynı durumlar ve sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu yayınların en önemlisi, İtalya'ya yönelik Adriyatik ve Akdeniz'deki korsan televizyon istasyonlarıdır. Özellikle, gösterdiği açık-saçık seks filmlerinden ötürü İtalyan toplumunda geniş bir izleyici kitlesi vardır. 1983 yılında bu istasyonların sayısı 35 dolayında olmuştur.

42 İngiltere'ye karşı yayın yapan korsan radyolar, "The Pirate Radio Hall of Fame" adı altında birleşerek; 60'lı yıllardan beri savaşım vererek yayın yapan ünlü DJ'lerin, müzisyenlerin anısına, yayınlarını web sayfalarından vermektedirler (www.pirate radio hall of fame.com.).

Korsan radyo ve televizyon yayınları ile ilgili olarak uluslararası yayın örgütleri konuya eğilmekte, önlemler almaya çalışmaktadırlar. Bunların başında ITU (Uluslararası Telekomünikasyon Birliği) ile EBU (Avrupa Yayın Birliği) gelmektedir. ITU sözleşmesinde, her ülkenin kendi toprakları üzerinde telekomünikasyonu düzenleme hakkı olduğunun belirtilmesi, konuya bu yönden de eğilmeye neden olmuştur (Emery, 1989, s. 560-589).

7.4.2 Gizli Yayınlar

"Gizli yayın" (calendestine broadcasting), korsan yayının bir başka türü olup, amaç yönünden farklılık gösterir. Korsan yayınlarda amaç, gelir sağlamak, o ülkenin vergisinden kaçmak iken, "gizli yayın" da amaç, izinsiz olarak bir ülkenin rejimine, o günkü yönetimine karşı, onların aleyhine siyasal propaganda amacı ile yayın yapmaktır. Gizli yayınların korsan yayınlardan ayrılan en önemli farkı, bu istasyon vericilerinin o ülke dışında, ancak siyasal amaçlı olarak o ülkeye karşı yapılmasıdır. Bu yayınların vericileri ise, çoğunlukla o ülkeye karşı olan ve bu yayınları yapanları destekleyen, onlara sempati duyan, dost olmayan ülkelerdir. Ancak, bu tür yayınların vericilerinin nerede olduğu çoğunlukla bilinmez. Bu istasyonların giderleri, o ülke yönetimine karşı olan ülke ya da gruplarca desteklenir. Bu istasyonların ömürleri, amaçlarına ve kendilerini destekleyenlere bağlı olarak değişmektedir. Gizli olduklarından, iç ya da dış yayınlar gibi düzenli olmayıp, yayın frekansları, yayınların zamanı ve içeriği sık sık değişir. Hatta kimi kez, vericilerin yeri saptanmasın diye, yayın sırasında bile frekans değişikliği yapabilirler.

Gizli yayınların ilk ortaya çıkışı, 1941'de İspanya iç savaşları sırasında yayına başlayan *"Radio Independent Spain" (Bağımsız İspanya Radyosu)* ile olmuştur. Bu istasyon en uzun süreli gizli radyo olarak 1970'li yıllara kadar sürmüş ve geniş bir izleyici kitlesine sahip olmuştur. Bugün hemen hemen her kıtada gizli radyo yayınları bulunmaktadır. Özellikle, sık sık yönetim değişikliği geçiren ülkelere karşı, direniş gruplarınca gizli radyo yayınları yapılmaktadır. Bunlardan *"Afganistan'ın Sesi" (The Voice of Afganistan)* Afgan yönetimine karşı, *"Gerçeğin Sesi" (The Voice of Truth)* Angola'ya karşı, *"Burma Halkının Sesi" (The Voice of Burmese People)* Burma yönetimine karşı, *"Malezya Halkının Sesi" (Voice of the People of Malaysia)* Malezya yönetimine karşı, *"Irak Kürdistan'ın Sesi" (The Voice of Iraqi Kurdistan)* Irak yönetimine karşı, *"Vietnam Direniş Radyosu" (Vietnamese Resistance Radio)* Vietnam yönetimine karşı gizli radyo yayını yapan istasyonlardan

bazılarıdır. La Voz del Cuba Independiente y Democrática (CID) Küba'daki rejime karşı Castro aleyhtarı yayınlarını günümüzde de sürdürmektedir. Yayın yerinin Guatemala olduğu söylenmektedir.

Gizli radyoların çoğaldığı bir dönem ve yer de 1997'lerin Orta Doğu ülkeleri ve özellikle Irak'taki Saddam'a karşı başlayan gizli radyolardır.[43]

Türkiye'ye karşı, yıllardan beri radyo yayını yapan *"Bizim Radyo"* ile *"Türkiye Komünist Partisinin Sesi"* radyoları da gizli radyo kapsamı içerisinde ele alınabilir. Vericilerinin Doğu Almanya'da olduğu söylenen bu radyo istasyonları, Sovyetler Birliği'nin yıkılmasından sonra yayınlarını durdurmuşlardır.

1990'lı yıllarda başlayan haberleşme uydularından radyo ve televizyon yayınlarının yapılmaya başlanmasından sonra ise bu tür gizli yayınlar karasal vericilerden değil, bu uydulardan kanal kiralanarak yapılmaya başlanmıştır. Bu tür televizyon yayınına örnek olarak, Türkiye'ye karşı bir gizli yayın olarak PKK tarafından yönetilen *"Med TV"* ile "Roj TV" yayınları verilebilir.[44]

43 Ayrıntılı bilgi için bkz. Dexter 1987 s. 565-571; Akarcalı 1989 s.128-146; http://www.dxing.com/clandest.htm (Calendestine Radio)

44 Bu yayınlar uydudan yapılmakla birlikte, Med TV'nin yayın yeri İngiltere, Roj TV'nin ise Danimarka idi. Ancak, Türkiye'nin bu yayınları protesto etmesi sonucu İngiltere, bu yayınlarının ülkesinden yapılmasını durdurmuştur. Aynı şekilde Danimarka Hükümeti de Roj TV yayınlarını 2013 yılında durdurdu ve hukuki süreci başlattı. Türkiye aleyhine bu kez "Nuçe TV" ve "MMC TV" adı altında iki yeni televizyon kanalı yayına başladı. Bir süre sonra onların da yayınlarına son verildi. (http://www.radikal.com.tr/index/roj-tv).

BÖLÜM 8:

RADYO VE TELEVİZYON YAYINLARIYLA İLGİLİ DÜZENLEYİCİ ÖRGÜTLER VE DÜZENLEMELER

8.1 Ulusal Düzenleyici Örgütler

Ulusal düzeyde radyo ve televizyon yayınlarını yapan istasyon ve kanallar yanında, bunların ortak kurallara göre hareket etmelerini sağlamak amacıyla bu yayın kuruluşlarının üzerinde uluslararası düzenleyici yayın kuruluşları vardır. Ülkelerin kabul ettikleri yayın sistemlerine bağlı olarak kurulan bir örgütler gerek yapıları, gerekse görev ve yetkileri bakımından farklılık göstermektedir. Bu kuruluşlar kimi ülkelerde ilk yayınların başladığı günden beri varken, kimi ülkelerde ise yayınların çoğalması ile oluşturulmuşlardır. Ayrıca bu kuruluşların yetki ve sorumlulukları da ülkeden ülkeye farklılık gösterir. Genel olarak Devlet-Hükümet ve Tecimsel (özel) radyo ve televizyon yayın sistemlerine bağlı olarak ülkelerdeki bu düzenleyici kuruluşlar da farklılık göstermektedir.

Radyo ve televizyon yayınlarının ilk kez başladığı Avrupa ülkelerinde yayıncılık sistemi merkezi devletlerin varlığından ötürü ya devletin ya da hükümetlerin elinde olmuştur. Başlangıç yıllarında özel radyo ve televizyon yayınlarına izin verilmediği için tekelci sistemin yürürlükte olduğu Avrupa ülkelerinde, teknolojik ve toplumsal değişmeler sonucu özel girişim yayıncılığına da izin verilmiştir. Bu ülkelerde var olan ya da daha sonraları kurulan düzenleyici yayın kuruluşları ise devlet-hükümet yönetimindeki radyo televizyon kuruluşları yanında yayınlarına izin verilen özel radyo ve televizyon kuruluşlarının da yayınlarıyla ilgili düzenlemelere gitmişlerdir. Avrupa'daki düzenleyici kuruluşların ortak özellikleri, üyelerinin büyük çoğunluğu çeşitli kuruluşlar tarafından gösterilen adaylar arasından meclis, hükümet ya da cumhurbaşkanı tarafından seçilmesidir.

Ø **Fransa: Görsel – İşitsel Yayın Üst Konseyi (CSA)**

Fransa'nın radyo ve televizyon kanallarının düzenleyici üst kuruluşu Görsel – İşitsel Yayın Üst Konseyi" (Conseil Superior de l'Audiovisuel, kısa adı ile "CSA" dır. Konsey, 3'ü Cumhurbaşkanı, 6'sı Senato ve Meclis tarafından seçilen 9 üyeden oluşur. Bu bakımdan, Avrupa'daki diğer ülkelerin düzenleyici kurul seçimlerinden biraz farklıdır.

Ø **İngiltere: Bağımsız Televizyon Komisyonu (ITC)**

İngiltere'de radyo ve televizyon kuruluşlarının düzenleyici üst kuruluşu "Bağımsız Televizyon Komisyonu" (Independent Television Commission), kısa adı ile "ITC"dir. Komisyon 1991 yılına kadar devam eden "Bağımsız Yayın Otoritesi" (Independent Broadcasting Authority) (IBA)'in yerine kurulmuştur.

Ø **Almanya, Avusturya ve Norveç yayın düzenleyici üst kurulları**

Bu ülkelerde kurul üyeleri daha demokratik yolla seçilir ya da atanır. Bu ülkelerdeki düzenleyici yayın kuruluşlarında görev alanların hem sayıları, hem de atama biçimleri farklıdır. Almanya ve Avusturya'da düzenleyici kurul üyeleri federal eyaletler tarafından ve toplumun çeşitli kesimlerini temsil eden adaylar arasından atama yoluyla oluşturulur. Norveç radyo ve televizyon yayınlarını düzenleyen üst kurul üyelerinin seçiminde ise çok daha demokratik bir yol izlenir. Üyeler, devlet memurluğu atamasında olduğu gibi, halktan gelen başvurular arasından, değerlendirilerek yapılmaktadır.

Ø **Federal İletişim Komisyonu (FCC)**

ABD'deki radyo ve televizyon yayınlarının ilk yıllardan beri özel girişimin elinde bulunması, düzenleyici kuruluşun görev ve yetkilerinde farklılık gösterir. ABD'deki düzenleyici kuruluş olarak *FCC (Federal Communication Commission/ Federal İletişim Komisyonu)*, düzenleyici yayın kuruluşları içerisinde en eski olanıdır. 5 üyeli Komisyonun seçimi ve atanması ABD Senatosunun onayı ile ABD Başkanı tarafından yapılır. Bütçesi lisans ve ceza ücretlerinden karşılanan Komisyon görev ve yetkileri içerisinde lisans verme, frekans tahsis etme, yasalarla ilgili görüş bildirme, yayın ilkelerini hazırlama, yayınları izleme gibi görev ve yetkileri vardır. Yaptırımları ise, diğer düzenleyici kuruluşlara benzerlik gösteri, uyarı,

para cezası, yayın durdurma, lisansı geri alma gibi yaptırımları vardır (Avşar, 2005; RTÜK, 1996)

Ø **Türkiye: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)**

Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınlarını düzenleyen üst kuruluş 2011 yılında çıkarılan 6112 sayılı yayın yasasına göre kurulan "Radyo Televizyon Üst Kurulu", kısa adı ile RTÜK'tür. 9 üyeden oluşan kurulun üyelerini, Mecliste grubu bulunan iktidar ve muhalefetteki siyasal partilerin gösterecekleri iki katı aday arasından TBMM tarafından seçilir. Kurulun yapısı "özerk"tir.[45]

Bu düzenleyici kurullara verilen görevler de birbirine benzerlik göstermektedir. Görevleri yayın lisanslarını düzenlemek, lisans verme, frekans tahsis etme, yayın ilkelerini hazırlama, yayınların bu ilkelere uygunluğunu izleme, denetleme, kamuoyunun şikayetlerini dinleme, değerlendirme, yayınlarla ilgili kamuoyu araştırmaları yapma, kamu yayın kuruluşlarıyla ilgili yöneticileri göreve atama ve görevden almayla ilgili (Fransa, İngiltere, İtalya ve Yunanistan) görev ve yetkileri vardır. Görev süreleri 4-7 yıl arasında değişmektedir. Genelde bütçeleri devletten sağlanmakla birlikte, örneğin İngiltere'de lisans ücretlerinden, İsveç'te ise devlet ve lisans ücretlerinden sağlanmaktadır. Genel olarak yayınlarla ilgili yaptırımları ise "uyarı" cezasından "para cezası"na, "yayın durdurma"dan "lisans iptali"ne kadar geniş bir yelpazede yer almaktadır. Hemen hemen tüm ülkelerde bu kurulların verdiği kararlar için yargı yolu açıktır.

8.2 Uluslararası Düzenleyici Örgütler

Radyo ve televizyon yayınlarında ulus içi örgütlenmeler yanında, uluslararası alanda program alış-verişini düzenlemek, teknik ve hukuk alanlarında işbirliği yapmak ve elektromanyetik dalgaların karışmalarını, karışıklıklarını önleme ve düzenleme yapmak amaçlarıyla uluslararası örgütlenmelere gidilmiştir. Bu örgütler genel olarak radyo ve televizyonun her ikisini birden kapsayan örgütlenmeler olduğu gibi radyo ya da televizyon yayınları ile ilgili ayrı ayrı örgütlenmeler de yapılmıştır. Örgütlenmelerin önemli bir kısmı ilk yıllarda kıtalarla sınırlı kalmıştır. Bunun da en belirgin nedeni, yayınların kapsama alanlarının daha çok kıta sınırları ile belirlenmiş

45 Türkiye'deki düzenleyici üst yayın kuruluşu olan RTÜK, 14. Bölümde, ayrıntılı olarak anlatılacaktır.

olmasıdır. Ancak, uydu yolu ile radyo ve özellikle televizyon yayınlarının yapılması, örgütlenmelerin giderek kıtasal sınırını kaldırmıştır.

8.2.1 Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU)

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) (International Telecommunication Union), radyo yayın istasyonlarının giderek artması ve radyo dalgalarının iletişimin çeşitli alanlarında kullanılmaya başlanması; yayınların birbirine karışmasını (enterferans) ve bunun sonucunda niteliksiz yayınların ortaya çıkması gibi durumları önlemek, radyo bantlarını kullanış amaçlarına göre düzenlemek amaçlarıyla 1932'de kurulmuştur.

ITU'nun ilk kuruluşu, 19. yüzyıla "Uluslararası Telgraf Birliği" (International Telegraph Union) adı ile 1885 yılına kadar gitmektedir. 1947 yılında BM'e bağlı bir kuruluş durumuna gelmiştir. 193 ülkeden 700 asil ve fer'i üyesi vardır. ITU, üye ülkelere yayınları için radyo bantları ayırır. Her ülke, kendisine ayrılan bu banttaki frekanslarını ayarlar. ITU ayrıca, radyo istasyonlarının tüm ülkelere tanıtma kod harflerini de ayırır. Örneğin W.K.N. ve A serisinin bir kısmını ABD' ne ayırmıştır.[46]

ITU her 20 yılda bir Dünya Yönetsel Radyo Konferansını toplayarak, uzaydaki uydu ve frekans dağılımını düzenlemektedir.

ITU'nun IFRB (Uluslararası Frekans Kayıt Kurulu), CCITT (Uluslararası Telefon ve Telgraf Danışma Komitesi) ile CCIR (Uluslararası Radyo Danışma Komitesi) gibi alt kuruluşları vardır.

8.2.2 Avrupa Yayın Birliği (EBU)

EBU kısa adı ile anılan *"Avrupa Yayın Birliği" (European Broadcasting Union / Union Europeenne Diffusion)*, Avrupa ülkelerinde bulunan radyo ve televizyon örgütleri arasında program, teknik ve hukuki alanlarda işbirliği yapmak amacıyla 1950 yılında kurulmuştur. 8 Avrupa ülkesinin bir araya gelerek kurduğu EBU, gerçekte 1925 yılında kurulan *"Uluslararası Yayın Birliği" (IBU) (International Broadcasting Union)*'nin biçim ve ad değiştirmesi ile ortaya çıkmıştır.[47]

46 ABD, ITU tarafından ayrılan bu kod harflerini ülke içinde de ayırarak Missisipi nehrinin batısında kalan radyo istasyonlarının "K" harfi, doğusundaki radyo istasyonlarının ise "W" kod harfi ile başlayan dört harfli tanıtma kodu taşımasına izin vermiştir (Hilliard, 1969, sh. 53). Birlik hakkında geniş bilgi için bkz. www.itu.int/members/ihdexs/html ve en.wikipedia.org/wiki/ international_telecomunication_union

47 İlk radyo yayınlarının başlamasından kısa bir süre sonra, Avrupa ülkelerinde frekans düzenlemeleri ile ilgili teknik sorunları çözümlemek amacı ile kurulan IBU, 1940 yılına kadar oldukça etkin olmuş,

EBU'nın ilk üye sayısı Avrupa ve Akdeniz çevresindeki ülkelerden olmak üzere 24 idi. Kısa sürede etkili çalışmalar yapması üyeler arasında program ve teknik işbirliğini gerçekleştirmesi, Avrupa dışında da ilgi görmesine neden olmuştur. Üye sayısı yıllara göre hızla artmış; 1976 yılı başında üye sayısı 104, 1987'de 102, 2005 yılında 52 ülkeden 72 aktif (asil) üyesi, 50 yardımcı üyesi olmuş, günümüzde (2013)'de ise üye sayısı Avrupa'dan 56 ülkeden 74 aktif üye, Kuzey Afrika'dan ve Levant[48] ülkesinden olmak üzere 22 ülkeden 35 fer'i üyesi bulunmaktadır.[49] TRT bu kuruluşun asil üyelerindendir.

1961 yılında, Sovyetler Birliği'nin önderliğinde kurulan ve 19 ülkeden 25 üyesi bulunan Uluslararası Radyo ve Televizyon Yayın Birliği (OIRT), Sovyetler Birliği'nin 1993 yılında dağılmasından sonra EBU ile birleşmiştir (bkz. KUTUCUK 2, KUTUCUK 3). Böylece Avrupa'da iki radyo ve televizyon yayın birliği yerine daha güçlü tek yayın birliği meydana gelmiştir

Birliğin yönetim merkezi Cenevre'de, teknik merkezi ise Brüksel'de idi. Ancak 1993 yılında her iki merkez de her Cenevre'de toplanmıştır. Birliğin çalışma alanı, üye ülke yayın organlarının uluslararası alandaki sorunlarını çözümleme, yardımcı olma yanında; üye ülkeler arasında başta haber olmak üzere program alış verişini sağlamaktır.

EBU, 50 sayısal (dijital) uydu kanalından yılda 105.000 televizyon yayınını üye ülkelere göndermektedir. Bunların 30.000 saati haber, 12.000 saati spor ve kültürel programlardır. EBU programlarının 700 milyon dolayında bir izleyici kitlesi bulunmaktadır. Radyoda ise yılda 2 uydu kanalından 2500 konser, opera, 440 spor ve 120 önemli haber gönderilmektedir. Euroradio 400 milyon dolayında bir dinleyici kitlesine sahiptir (http://en.wikipedia.org/wiki/European_Broadcasting_Union)

---

yayıncılık alanında yararlı çalışmalarda bulunmuştur. Ancak 2. Dünya Savaşından sonra, Avrupa'da değişen politik durum, IBU'nun çalışmalarını da etkilemiştir. Giderek zayıflayan, etkisini gösteremeyen örgüte yeniden güç kazandırmak, etkili çalışmalar yapmasına olanak vermek amacı ile 1950 yılında İngiltere'de yapılan bir toplantıda örgütün adı EBU olarak değiştirilmiş, yeni düzenlemelerle daha işlevsel ve güçlü bir duruma getirilmiştir.

EBU'nun, çoğunluğu merkezi olan Cenevre'nin dışında program alış-verişlerini sağlamak üzere, Brüksel ve Moskova, New york, Washington ve Singapur'da 300'den fazla elemanı çalışmaktadır. EBU-UER hakkında geniş bilgi için bkz. ESEN 1974 ve www.ebu.org

48 Levant ülkeleri olarak olarak İsrail, Filistin, Lübnan, Suriye, Ürdün anlaşılmaktadır (geniş bilgi için bkz. http://tr.wikipedia.org/wiki/Levant)

49 EBU üyelerinden aktif ya da tam üyeler, ITU tarafından tanınan ve Avrupa ve Kuzey Afrika ülke yayın örgütlerinden oluşmaktadır. Aktif üyelerin toplantıda oy hakları vardır. Birliğin üye adları için bkz. www.ebu.org/membership.

EBU radyo ve televizyon yayınları ile ilgili çeşitli alanlarda işbirliği ve düzenlemeleri gerçekleştirmek amacıyla kendine bağlı alt örgütler kurmuştur.

Bu örgütlerden başlıcaları:

Ø **Eurovision**

Artan ve önem kazanan televizyon yayınları konusunda, üye ülkeler arasında program alışverişini kolaylaştırmak amacı ile EBU, 1954 yılında EBU üye yayın örgütleri arasında televizyon program ve haber alış-verişini sağlamak üzere gerek hukuki, gerekse yayınları gerçekleştirmek için teknik çalışmalar başlatmıştır. Özellikle üye ülkeler arasında canlı yayın konusunda yapılan deneyimlerin olumlu sonuçlar vermesi üzerine, Haziran 1954'de *"Eurovision"* adı altında EBU'ya bağlı bir alt kuruluş oluşturulmuştur. Bugün Avrupa ve diğer kıtalar arasında program alış-verişleri çoğunlukla Eurovision aracılığı ile yapılmaktadır. Yılda yaklaşık olarak 400 saatlik yayın, diğer program kuruluşlarına, örneğin Intervision'a gönderilmektedir. Haber uydularının gelişmesi ile Avrupa televizyon istasyonlarının diğer kıtalarda bulunan televizyon istasyonları ile yakın ilişkileri başlamıştır (UNESCO, 1972).[50]

Eurovision'dan verilen programlar günlük düzenli haber, dokümanter (belgesel), eğitsel ve okul yayınları, spor, oyunlar, dizi filmler, eğlence programları, yerel müzik, dini programlar, müzik yayınları gibi türlerde yoğunlaşmaktadır. Eurovision, giderek artan yayınlarını düzenli duruma getirmek için *"Eurovision Kontrol Merkezi" (Eurovision Control Center ECC)*'ni kurmuştur. Bu Merkez, çeşitli kaynaklardan gelen programları gözlemler ve yönetir.

Ø **Eurovision News (EVN)**

EBU'ya bağlı üye ülke yayın örgütleri arasında haber filmi alışverişini gerçekleştirmek üzere oluşturulmuştur. Avrupa'da üye ülkeler arasında haber filmi alış-verişi gerçekte 1957'lerde başlamış olmasına rağmen, düzenli bir işleyiş biçimine sokulması 1981'de gerçekleştirilmiştir. Kitle haberleşmesinde uyduların kullanılmaya başlanması ile de haber alış-verişi Amerika kıtası ile de yapılmaya başlanmıştır.

50 EBU'nun ilk büyük naklen yayını, 2 Haziran 1953 tarihinde, Kraliçe Elizabeth II'nin kraliçelik tacını giymesi ile ilgili yapılan törenin Fransa, Belçika, Hollanda ve Almanya'ya canlı yayın olarak verilmesidir. Eurovision'nun resmi ilk doğuşu ise, 6 Haziran 1954 tarihinde, İsviçre'de Montreaux'de yapılan ünlü Narcissus Festival'inin açılışının canlı olarak verilmesi ile olmuştur.

Özellikle EBU'nun, New York bürosunun açılmasından sonra Amerika kıtasından Avrupa'ya naklen haber verilmesine olanak sağlanmıştır.

Ø **Euroradio**

EBU üyeleri arasında radyo yayınları ile ilgili haber, program, hukuk ve teknik konularda işbirliği yapılmak üzere oluşturulmuştur.

EBU genel olarak üye ülkeler arasında işbirliği sağlama yanında, diğer yayın birlikleri ile de işbirliği içerisindedir. Bu yayın birlikleri, daha sonra açıklanacak olan ABU, Intervision, Nordvision, ASBU, URTNA yeni adıyla AUP gibi yayın birlikleridir.

8.2.3 Asya-Pasifik Yayın Birliği (ABU)

ABU kısa adı ile anılan *Asya-Pasifik Yayın Birliği (ABU-Asia-Pasific Broadcasting Union),* Asya ve Pasifik ülkeleri radyo ve televizyon örgütlerinin bir araya gelerek kurdukları bir yayın birliğidir. Amacı, EBU'da olduğu gibi, üye ülkeler arasında radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili teknik ve program konularında işbirliği sağlamak, üye ülkeler radyo ve televizyon örgütlerinin gelişmelerine yardımcı olmaktır.

ABU, 1962 yılında Kuala Lumpur' (Malezya)'da yapılan 4. Asya Ülkeleri Yayıncıları Konferansında alınan bir kararla 1964 yılında kurulmuştur. Örgütün başlangıçta 16 kurucu üyesi vardı. Günümüzde (2013) üye sayısı 58 ülkeden tam üye, ek tam üye, yardımcı (fer'i) üye olmak üzere toplam 220 üyesi vardır. Tam üyeler ve ek tam üyeler daha çok Asya kıtasından, fer'i üyeler ise Avrupa, Amerika ve Afrika'dandır. Nüfus olarak ise 3 milyar kişiyi kapsamaktadır.

ABU, gerek EBU'ya göre daha sonra kurulması, gerek üye ülke yayın örgütlerinin yeterince güçlü ve yaygın olmaması (bir kısım üye ülkeler kendi içlerinde radyo-link şebekesini yakın zamana kadar kuramamıştı) ve gerekse üyeler arasında çok çeşitli dil kullanılması, EBU gibi etkili çalışmalar yapmasını uzun yıllar engellemiştir. Örgütün bugüne dek yaptığı çalışmalar daha çok üye ülkeler arasında folk müzik bantları değişimi, radyo ve televizyon programları ile ilgili kimi yarışmalar düzenlemek, teknik işbirliğini yürütmektir. Örgütün Başkanlığı Tokyo'da, Genel Sekreterliği ise Sydney'dedir.

ABU'nun televizyon ile ilgili haber ve program alış-verişini yürüten *"Asiavision"* (AVN) adlı bir alt kuruluşu vardır. 1984 yılında kurulan ve Merkezi Kuala Lumpur (Malezya)'da bulunan kuruluşun, EBU'nun televizyonla ilgili "Eurovision"u

gibi üye ülkeler arasında televizyon haberlerini ve programlarını aktarır. Her gün üye ülkeler arasında 30 dakikalık bir haber değişimi faaliyeti vardır. AVN'in 25 üyesi vardır (www.abu.org).

Türkiye ABU'nun tam (asli) üyesi olup, kurucu üyeleri arasında yer almaktadır.[51]

8.2.4 Asya - Pasifik Yayın Geliştirme Enstitüsü (AIBD)

Asya - Pasifik Yayın Geliştirme Enstitüsü (AIBD)/Asia-Pasific Institute For Broadcasting Development), genel olarak ABU'nun bir kardeş kuruluşu niteliğindedir. Asya ve Pasifik ülkelerindeki yayıncıların niteliğini yükseltmek, onları eğitmek amacı ile çalışmalarına başlayan örgüt, 1977 yılında BM Ekonomik ve Sosyal Konseyinin Asya Pasifik Bölgesi (UNESCAP)'nin yayın personelinin eğitimi ve radyo ve televizyon sistemlerinin geliştirilmesi amacı ile resmi olarak kurulmuştur. Üyeleri arasında Asya ve Pasifik'teki ABU üyesi ülkeler yanında özellikle eğitim amaçlı uluslararası örgütler olan UNDP, UNESCO ile ITU ve ABU ve CTFC vardır (http://www.aibd.org.)

Kutucuk 2:

Yapısı Değiştirilen Yayın Örgütü 1: OIRT

Uluslararası Radyo ve Televizyon Örgütü (OIRT – International Radio and Television Organization), 2. Dünya Savaşından sonra Doğu Bloku ülkeleri tarafından kurulmuştur. Avrupa ülkeleri arasındaki siyasal görüş ayrılıkları IBU'nun zayıflamasında etkisini göstermiş ve IBU'ya çekidüzen vermek üzere 1946 yılında yapılan toplantıda bu zayıflık, IBU'dan bir kısım üyelerin ayrılarak Sovyetler Birliği'nin önderliğinde yeniden örgütlenmeleri ile sonuçlanmıştır. 1946 yılı Haziran ayında Brüksel'de toplanan ülkeler, OIR (International Radio Organization - Uluslararası Radyo Örgütü) adı ile yeniden örgütlenmişlerdir. Başlangıçta Fransa, Belçika, Hollanda ve Finlandiya gibi IBU üyesi olan ülkelerin de katıldıkları bu yayın birliğinin 22 üyesi vardı. Örgütün adı 1950 yılında "Uluslararası Radyo ve Televizyon Örgütü" (Organization for International Radio and Television/ Organization Internatinoal de Radio et Television" (OIRT) olarak değiştirilmiş ve Brüksel'de olan merkez, Prag'a taşınmıştır.

51 ABU'nun tam ve ortak üye adları için bkz. World Radio...(1994) ve www.abu.org/ membership.

OIRT'in üyelerinin önemli bir kısmını eski Doğu Bloku ülkeleri oluşturmuş, bunun yanında 3. Dünya Ülkeleri olarak adlandırılan kimi ülkeler de bu Örgüte katılmıştır. Örgütün amacı, EBU'da olduğu gibi, üye ülkeler arasında radyo ve televizyon alanında teknik ve program işbirliğini geliştirmek ve yayınla ilgili sorunlara çözüm bulmaktı. 1 Ocak 1993 tarihinde, Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra, Avrupa Yayın Birliği (EBU) ile birleşti.

Kutucuk 3:

Yapısı Değiştirilen Yayın Örgütü 2: Intervision

Avrupa Yayın Birliği'ndeki Eurovision karşılığı olarak OIRT bünyesinde "Intervision" adı altında bir alt birim kurulmuş; OIRT üyeleri arasında televizyonla ilgili program alış-verişini düzenlemiştir. Yine Eurovision'da olduğu gibi, Intervision'da da haber ve program naklini kolaylaştırmak üzere birlik bünyesinde daha alt kuruluşlar oluşturulmuştur. Bunlardan en önemlisi IVN (Intervision News-lntervision Haberleri) adılı kuruluştur. Eurovision'daki EVN'ye benzerlik gösteren bu kuruluş, üye ülke yayın örgütleri arasında haber alış-verişini sağlamaktaydı. Bu kuruluşun yanında "Intervision Program Koordinasyon Merkezi" (IPCC) ile "Intervision Teknik Koordinasyon Merkez" (ITCC) gibi kuruluşlar da oluşturulmuştur.

Intervision'un program alış-verişinde ağırlık, günlük haberler (yaklaşık yılda 100 saat), dokümanter, spor, eğitsel yayınlar, çocuk programları ile uzun ve dizi filmlerde toplanmıştır. Yıllık program alış-verişi ortalama 1.300 saat dolayında olmuştur. Bu yayınların hemen hemen yarıya yakın kısmı başta Rusya olmak üzere eski Sovyetler Birliği ülkeleri tarafından verilmekteydi. Yayın dilinin Rusça olması da bu durumun bir sonucudur.

Intervision ile Eurovision arasında, haber ve program alış-verişi yapılmıştır. Ancak OIRT, hiçbir zaman EBU gibi etkin, kapsamlı bir kuruluş olamamıştır.

8.2.5 Diğer Yayın Birlikleri

Avrupa ve Asya'da kurulan bu yayın birlikleri yanında Avrupa'da bir, Amerika ve Afrika kıtalarında ise birden fazla yayın birliği kurulmuştur. Kuruluş amaçları

genellikle üye yayın örgütleri arasında teknik ve program alış-verişini sağlamak, sorunlarına çözüm bulmak olan bu birliklerden önemlileri şunlardır:

Ø **NORDVISION**

*NORDVISION***,** 1959 yılında Kuzey Avrupa ülkeleri olan Norveç, İsveç, Finlandiya, İzlanda ve Danimarka'nın aralarındaki televizyon yayınları ile ilgili işbirliğini daha da güçlendirmek için kurmuş oldukları Eurovision'a benzer bölgesel bir yayın birliğidir. İsveç fer'i üyedir. Yılda üyeler arasında 2.700 saatlik program akışı olmaktadır.

Ø **Arap Ülkeleri Yayın Birliği (ASBU)**

Arap Ülkeleri Yayın Birliği (ASBU / Arap States Broadcasting Union), Asya ve Afrika'da bulunan, daha çok Üçüncü Dünya Ülkeleri olarak adlandırılan ülke yayın örgütlerinin 1969 yılı Şubat ayında bir araya gelerek kurdukları hükümetler arası yayın birliğidir. Merkezi Şam'dadır. Asıl kuruluş amacı, üye ülkeler arasında yayıncı eğitimini yapmaktır. Ayrıca, üye ülkeler arasında teknik gelişmeyi sağlamayı da amaçlamaktadır. Örneğin üye ülkeler arasında radyo-link hatlarının kurulmasını sağlamıştır. 1982'den beri her yıl 24 televizyon eğitim semineri vermektedir. Yönetim merkezi Kahire'de olan Birliğin 21 ülkeden tam (asli) ve ortak (fer'i) olmak üzere 73 üyesi vardır.

Ø **Afrika Yayıncılar Birliği (AUB/ The African Union of Broadcasting)**

Afrika ülkeleri yayın örgütlerinin 1962 yılı Eylül ayında bir araya gelerek kurdukları *"Afrika Ulusal Radyo ve Televizyon Birliği" (Union National Radio –Television Organization of Africa - URTNA)* adıyla yayın birliğinin 2006 yılında yeniden yapılandırılmasıyla kurulmuştur.

48 tam (asli), 6'sı ortak (fer'i) olmak üzere 52 üyesi vardır. Tecimsel yönü olmayan bu örgütün amacı, Afrika ülkeleri radyo ve televizyon kurumları arasında program, teknik ve hukuk alanlarında işbirliği yapmaktır. Örgütün merkezi Dakar (Senegal)' iken yeni yapılanma çerçevesinde merkez Nijerya'ya taşınmıştır. Yeni yapılanmada en önemli değişiklik, URTNA'nın yalnızca Afrika ülkelerindeki devletin elindeki radyo ve televizyon kanallarını kapsamakta iken –bu ülkelerin özel

yayınlara başlamasıyla– özel radyo televizyon kanallarını ve Afrika Diasporasındaki radyo ve televizyon kuruluşlarını da üyeliğe kabul etmesidir.

Birlik, özellikle 1972 yılından beri, televizyonun uydu yolu ile Afrika halklarının eğitim ve kültür düzeyini yükseltmesi için projeler geliştirmektedir.

Ø **İslam Yayın Hizmetleri Örgütü (ISBO)**

"İslam Yayın Hizmetleri Örgütü" (Islamic Broadcasting Services Organization - ISBO), 1975 yılında toplanan 6. İslam Dışişleri Bakanları Konferansında alınan bir karar gereğince İslam Konferansı örgütüne bağlı olarak 45 İslam ülkesinin katılması ile kurulmuştur. Amacı, İslam ülkeleri arasında radyo ve televizyon yayınları yolu ile İslam Birliğini güçlendirme, İslam ülkelerinin kültürel varlığını koruma, üye ülkeler arasında dayanışmayı, bilgi alış-verişini ve Arapçanın görsel-işitsel araçlar yolu ile öğretilmesini ve yaygınlaştırılmasını sağlamaktır. Örgütün merkezi Cidde (Suudi Arabistan)'dedir.

Ø **İngiliz Uluslar Topluluğu Yayın Birliği (CBU)**

"İngiliz Uluslar Topluluğu Yayın Birliği" (Commonwealth Broadcasting Association - CBU), 1945 yılında İngiliz Uluslar Topluluğuna (Commonwealth) dahil 50 ülkenin katılması ile kurulmuştur. Merkezi Londra (İngiltere)'dadır. Amacı, üye ülkeler arasında yayın konusunda işbirliğini sağlamaktır.

Ø **Latin Amerika Yayın Toplulukları**

Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarındaki uluslararası bu yayın birliklerine karşılık, Amerika kıtalarında bu tür yayın birlikleri fazla yoktur. Önemli olarak, Latin Amerika (Güney Amerika)'da çalışmalar yapan üç yayın kuruluşundan söz edilebilir.

- Uluslararası Radyo Yayınları Birliği (AIR/IAS) (Association Internacional de Radiodifusion)
- Amerikan – İbero Televizyon Birliği (OTI) (Organization de Television IRO Ameri cana)
- Karayipler Yayın Birliği (CBU) (Caribbean Broadcasting Union)

AIR'in merkezi Montevideo (Uruguay)'da, CBU'nun ise Barbados'dadır. Kuzey Amerika'da gerek Kanada, gerekse ABD, program alış-verişi için bu tür birliklere girmekten çok yayınların özel girişimin elinde olması nedeni ile şebeke yayınları

aracılığı ile programlarını satmaktadırlar. Örnek olarak ABC, NBC, CBS, PBS, NET gibi şebeke yayın örgütleri dışında 1970'de kurulan *"VIACOM International"* dünyaya televizyon programı ve haber filmleri satmak üzere kurulmuş ülke içi bir yayın birliğidir.

- **Avrupa Telekomünikasyon Uydu Örgütü (EUTELSAT)**

"Avrupa Telekomünikasyon Uydu Örgütü" (European Telecomunication Satellite Organisation - EUTELSAT), iletişim uydularının, iletişim yanında radyo ve televizyon yayınlarını da gerçekleştirmeleri, bu uyduların da örgütlenmelerini gerektirmiştir. 1977'de toplanan Avrupa Posta ve Telekomünikasyon İdaresi (European Poste and Telecommunication Administration - CEPT) iletişim uydularının telefon, faks, bilgi dağıtımı ve radyo - televizyon yayınlarının aktarımı ile ilgili çalışmaları düzenlemek üzere örgütlenmesine karar vermiş ve *Eutelsat* uydusu adı ile bir örgüt kurulmuştur. Eutelsat, sekiz iletişim uydusunu kontrol etmektedir. Avrupa ülkeleri başta olmak üzere 33 ülkeden üyesi vardır. Merkezi Paris'tedir.

- **Uluslararası Telekomünkasyon Uydu Örgütü (INTELSAT)**

"Uluslararası Telecommunication Uydu Örgütü" (INTELSAT / International Telecommunications Satelllite Organisation), Eutelsat sistemi dışında kalan iletişim uydularının örgütlenmeleri ile ortaya çıkmıştır. 123 ülkeden üyesi vardır. Merkezi Washington'dadır. Amacı, Intelsat'a bağlı iletişim uyduları ile yapılan her türlü iletişimi ve özellikle radyo ve televizyon ile ilgili program aktarımı ile ilgili çalışmaları düzenlemektir.

BÖLÜM 9:

RADYO VE TELEVİZYONUN DİĞER KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARIYLA ETKİLEŞİMLERİ

9.1 Radyo - Televizyon İlişkisi

Şimdiye değin görüldüğü üzere, radyo ve televizyon kitle iletişim araçları olarak zaman zaman aynı nitelikte alınmış, birçok konularda birlikte incelenmiştir. Radyonun ve televizyonun ortak noktaları, her ikisinin de elektronik olarak yayın yapması ve ses yoluyla izlerkitlenin işitme duyusuna seslenebilmeleridir. Televizyonun radyodan 15 yıl sonra bulunup yayına başlaması bu aracın, radyonun yararlandığı ses olanaklarından, program türlerinden, çalışma düzeninden yararlanmasına neden olmuştur. Daha açık bir deyişle televizyon, radyonun geçirdiği 15 yıllık bir deneme devresinin ürünlerini almış, buna görüntü unsurunun gerektirdiği teknikleri eklemiştir. Daha ileride de görüleceği gibi, görüntü boyutunda da diğer kitle iletişim araçlarından yararlanmıştır. Televizyon, kitle iletişim araçları içerisinde en son buluş olmasından ötürü, diğerlerinin geçirdiği denemeleri, sorunları, bunların çözümlenmelerini hazır olarak bulmuştur. Bu bakımlardan televizyonun gelişimi, diğerlerine göre daha hızlı olmuştur denilebilir. Radyo - televizyon ilişkisinin en güzel örneğini, birçok ülkede gerek devlet, hükümet sistemlerinde, gerekse özel girişimci ticari sistemlerde her iki yayının da aynı yönetimlerde, aynı ellerde toplanması olarak gösterilebilir. Ayrıca, radyoda verilen çeşitli izleyici kümelerine göre hazırlanan program çeşitleri, birçok ülkede çok az değişikliklerle televizyondan da yayımlanmaktadır. Özellikle, televizyonun ilk yıllarında bu yardımlaşma ve programların desteklenmesi çok daha fazladır. Örneğin, Türkiye'de TRT televizyonunun kuruluşundaki ilk yıllarda yayınların tüm içerik ve biçimleri başlangıçta radyodan sağlanan destekle gerçekleştirilmiş, zamanla televizyona özgü bölümler kurulmuştur.

Radyo ve televizyon kitlesel yayın araçları olarak birbirlerini hem olumlu, hem olumsuz yönlerde etkilemişler; bu etkileme sonucunda da her iki yayın kanalında değişmeler, yenilemeler olmuştur. Bu yenileşmede teknolojik gelişmelerin etkisini de yadsımamak gerekir. Çünkü bir kısım değişmelerin doğrudan nedeni iletişim teknolojisindeki çok hızlı gelişmelerdir. Bu etkiler, izleyici, teknik ve yayınlar olmak üzere şöyle sıralanabilir:

- ***Radyo dinleyicisi azaldı.*** Televizyonun radyodan en önemli, belki de diğer farklılıklarının asıl kaynağı görüntü boyutunun olmasıdır. Bu özellik, kendinde önceki kitle iletişim araçlarında olmayan bir özellik olduğundan, yazılı basında da görülmesine karşılık, elektronik olması açısından bu özelliğinden en çok radyo etkilenmiş ve izleyicisini televizyona kaptırmıştır. Giderek, özellikle ABD ve diğer batı ülkelerinde 1950'den başlayarak, 1960'lı yıllara gelince etkisini daha da fazlalaştıran televizyon yayınları, radyo dinleyicisini kendisine bağlamıştır. Örneğin ABD'nde 1948 yılında ortalama olarak radyo dinleyicisi bir günde 4,5 saat yayın dinlerken, 1965 yılında bu süre 2,5 saate düşmüştür. Bunun nedeni, radyo programlarının iyi olmayışı değil, televizyonun görüntü öğesine sahip olarak yavaş yavaş yayılmasıdır. Öyle ki, televizyonu olmayan evlerde bile radyo dinlemenin —başka yerlerde televizyon izleme sonucu— azaldığı görülmüştür. Zamanla televizyon yayınlarının daha doyurucu olmaya başlaması; yayın gün ve saatlerinin artışı, televizyon alıcılarının ucuzlaması sonucu herkesin televizyon alıcısına sahip olmasıyla televizyon, radyo dinleyicisinin özellikle —batı ülkelerinde— büyük bir kısmını çekmiştir. Radyo yayınları ancak televizyonun izlenemeyeceği yerlerde ve zamanlarda dinlenme şansını elinde tutabilmiştir. Aynı durum, 20-25 yıl sonra gelişmekte olan ülkelerde yaşanmıştır. Hatta bu ülkelerde televizyona ilgi daha çok olmuştur.

Televizyonun radyoyu bu denli etkilemesi, radyonun kendini yenilemesine, televizyonun veremediklerini vermeye çalışmasına neden olmuştur. Televizyonun kitle iletişim aracı olarak yayına başlamasından bu yana, radyoda meydana gelen değişiklikler teknik ve yayın olarak ikiye ayrılarak incelenebilir.

- ***Radyo programlarında değişikler oldu.*** Radyonun ilk yayın yılları, çeşitli hizmetleri —haber-eğitim-eğlence gibi— izleyicinin ayağına getirmiş olması ve bu hizmetlerin işitme duyusuna seslenerek yapılması, radyoyu kısa zamanda popüler duruma getirmiş, bunun sonucu olarak dinleyiciyi oturma odalarına, radyolarının başına çekmiştir. Televizyonun bulunuşundan sonra ise, görüntü unsurunun

çekiciliği sonucu olarak radyonun kendisine bağladığı kişileri başlangıçta ondan ayırabilmiştir. Bu durumda radyolar, eski dinleyicisini tekrar yakalayabilmek, televizyonun veremediklerini izleyicilerine vermek için yayınlarını çeşitlendirmişler; yayın formatlarını yenilemişler, küçük izleyici kümelerine seslenen programlar yapmaya, hatta kanallar açmaya başlamışlardır. Yalnızca müzik, yalnızca söz, haber kanalları, spor kanalları, din kanalları, eğitim kanalları gibi belirli hedef kitlesi olan "tematik" radyo kanalları niteliğinde radyo kanalları yayın yapmaya başlamıştır.

- ***Transistorlu radyolar bulundu;*** taşınabilir, çok küçük radyolar üretildi. Böylece radyo, kişinin yanıbaşından ayrılmayan bir arkadaşı durumuna geldi; "çalışırken dinleme" özelliğini kazandı. Artık eskiden olduğu gibi kişi belli bir yere bağlanıp radyo dinlememekte; işinde, arabasında, yolda bu araçtan yararlanabilmektedir (Wedell-Crookes, 2000).

- ***Radyo arabalarda izlenmeye başlandı.*** Gelişen teknoloji, araba için radyo üretme ve kullanmayı olanaklı kıldı. İnsanlar işlerine gidiş gelişlerinde ya da araba ile herhangi bir yolculukta radyo izleyicisi oldular. Özellikle gelişmiş ülkelerde radyonun en yoğun izlendiği yer arabadır. Günümüzde hemen hemen tüm arabalar radyoludur. Hata radyo olayını da aşarak, birleşik araçlar olarak kaset, CD, MP3 gibi farklı müzik çalar araçlarla donatılmış arabalaralar kullanılmaktadır.

- ***Radyo kanalları çoğaldı.*** Radyo istasyonlarının sayısı ve gücü artmış; ulusal şebeke yayınları başlamıştır. Kanal sayısının artması ile radyo izleyicisine, arzu ettiği konuyu, türü izleme olanağını sağlanmıştır. Artık bir radyodaki program adları değil, çeşitli istasyonların yayın türleri önemlidir. Örneğin, devletin elinde bulunan İngiltere'de BBC'ye bağlı dört radyo şebeke yayını Radyo l, Radyo 2, Radyo 3, Radyo 4 diye ayrılmakta ve bunlardan her biri ayrı türden yayın yapmaktadır. Türkiye'de ise Ankara ve İstanbul radyoları olarak yayına başlayan radyo kanalları zamanla sayıları çoğalmış 5'e çıkmış, 1990'lı yılların başından beri ise, özel yayınların başlaması ile 500'den fazla FM radyo kanalı yayın yapmaya başlamıştır.

- ***Stereo yayınlar başladı***. İletişim teknolojisinde meydana gelen hızlı gelişmeler sonucu verilen mesajı doğadaki sesleri ile verme, aktarma olanağı doğmuş ve radyo yayınlarında "stereo yayınlar" başlamıştır. Özellikle müzik yayınlarında kullanılan bu teknik buluşla iki kanaldan verilen yayınlar, özellikle müzik

yayınlarında dinleyicileri daha çok doyurucu olmuştur. Stereo yayınların izlenebilmesi için de bu amaçla stereo radyo alıcıları üretilmiştir.

- ***Yayınlarda televizyonun veremediklerini vermeye başladı.*** Televizyon, yayınlarının genişlemesi, geniş kitlelere yayılması sonucunda, radyo dinleyicisinin azalması, bu konuda radyo yayınlarında değişiklikler yapılmasını zorunlu kıldı. Yapılan bu değişiklikler, daha çok televizyonun yayınlayamadıkları verme biçiminde kendini gösterdi.
- ***Yerel (mahalli) radyo kanallarının sayısı çoğaldı.*** FM yayın tekniğinin kullanılması ile küçük yerleşimlerde bile yerel yayınlar başladı. Böylece küçük dinleyici kümelerinin beğeni ve gereksinmelerine cevap veren, kişinin çevresinden haber veren, sorunlarına eğilen bir kaynak, bir dost durumuna geldi. Radyo ailenin değil, bireyin aracı olamaya başladı. Özellikle, radyo istasyonları özel girişimin elinde bulunan ülkelerde radyo kanallarının çokluğu, en küçük izleyici grubunun beğeni ve isteklerine göre programların düzenlenmesini gerektirmiştir. Bu durum sonraları, daha sınırlı olarak televizyon yayınları için de söz konusu olmuştur.
- ***Yayın süreleri uzatıldı.*** Radyo yayınlarının süreleri uzatılmış; çoğu radyo istasyonları kesintisiz 24 saat yayın yapar duruma gelmiştir. Özellikle son yıllarda bilgisayarlı, dijital yayın tekniğinin kullanılması ile bu tür yayın çok daha kolaylaşmıştır. Yayın bilgileri bilgisayara yüklenmekte, herhangi bir kişiye ihtiyaç duyulmadan, uzun süreli yayınlar otomatik olarak yapılmaktadır.
- ***Canlı yayınlar arttı.*** Radyo kanallarının fazlalaşması, yerel radyo sayısının artması, izleyici ile doğrudan ilişki kuran canlı programlara daha çok yer verilmesine neden oldu. DJ'li programlar ilgi ile izlenmeye başlandı. Canlı yayınların artmasıyla izleyici ile telefon bağlantılı katılımlı programların sayısı arttırıldı. Hemen hemen her kanalda bu tür en az bir programda doğrudan izleyici ile bağlantı kuruldu; sohbetler yapıldı, isteklerine yer verildi. Bu durum televizyon yayınlarında da görülmektedir. Gerek eğlence, yarışma türü programlarda, haber, haber programları ile tartışma programları ve özellikle hediye dağıtan eğlence programlarında da, bu tür canlı yayınlar yapılarak ilgi çekilmeye çalışıldı.

Sonuç olarak söylemek gerekirse radyo, televizyonun hızlı gelişmesi karşısında, başlangıçta dinleyicisini büyük ölçüde kaybetmiş, ancak zamanla radyodaki değişmeler, gelişme ve yenilikler yeniden eski durumuna gelmesini sağlamıştır. Bugün radyo, yayınlarıyla kişinin en yakın dostu, arkadaşı gibi kendine seslenmekte; canlı ve kuşak yayınlar yaparak ilgiyi yeniden toplamış görünmektedir.

9.2 Radyo - Televizyonun Diğer Kitle İletişim Araçlarıyla Etkileşimleri

Radyo ve televizyon arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerden doğan etkileşim, diğer kitle iletişim araçları ile radyo ve televizyon arasında da görülür. Özellikle basılı yayınlar olarak adlandırılan gazete-dergi-kitap okumaya ve sinema giderliğe, radyo ve televizyonun etkisi açık olup, yapılan araştırmalarla bu etkiler saptanmaya çalışılmıştır.

9.2.1 Yazılı Basınla İlişkiler ve Etkiler

15. yüzyıldan beri gelişerek süre gelen basılı yayınlar, özellikle gazete ve dergiler, radyonun bulunuşuna kadar en önemli, tek haber kaynağı idi. Radyonun kitle iletişim aracı olarak hizmet vermeye başlaması, haber alma kaynağında çok önemli değişiklik yapmıştır. Çünkü o zamana kadar 'okuma bilme' koşuluna bağlı olan haber alma, 'kulak – duyma' yolu ile alınacak duruma geliyordu. Artık *'konuşan bir gazete', 'kağıdı olmayan, uzaklık kavramı olmayan'* sözlü bir gazete ortaya çıkıyordu.

Radyonun anında büyük kitlelere ulaşabilmesi, ses yolunun etkinliği, gazete ve dergi okumayı büyük çapta etkilemiştir. Zamanla bu etkileme, gazete ve dergileri gerek tekniklerinde ve gerekse içeriklerinde değişiklikler yapmaya zorlamıştır. Önemli makale yazarlarının ortaya çıkışı, haberlerin radyoda verilenden daha ayrıntılı verilmesi, konularda çeşitlilik, bol resimli hikaye, roman, karikatür gibi okuyucu ilgisini çeken anlatım biçimlerinin yer alması, basılı yayınlarda önce radyonun, daha sonraları ise televizyonun bulunuşu ile meydana gelen değişikliklerdir. Radyo ve gazetelerin özel girişimin elinde —örneğin ABD'de olduğu gibi— bulunduğu ülkelerde radyonun etkisi ile gazetelerdeki reklam gelirleri de düşmüş, okuyucu azalması yanında ekonomik soruna bu durum da eklenmiştir. Reklam firmaları, sınırlı bir kitleye seslenebilen gazeteye değil, geniş kitleye daha etkin olarak seslenen radyoya mal ve hizmetlerin tanıtılmasını amaçlayan reklamlarını vermeye başlamışlardır. Örneğin ABD'de 1940'larda radyoların toplam reklâm gelirleri 150 milyon dolar iken, 1960'tan sonra radyo ve televizyona verilen reklâmların tutarı 2 milyar doları geçmiştir. Kuşku yok ki, bu artışta, gelişen endüstrinin reklâm gereksinmesi ile radyo ve televizyon yayınlarının çok büyük gelişme göstermesi gibi nedenler de gözden uzak tutulmamalıdır.

Televizyonun 1945'den sonra birçok ülkede yayına başlaması ise, yazılı basına daha büyük bir darbe indirmiştir, denilebilir. Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına olan etkisinden en çok etkilenenlerden biri de gazete, dergi gibi yazılı basın

olmuştur. Radyonun etkisi ile kendinde değişiklik yapan, yenileşen basın, bu kez televizyonun veremediklerini vermeye kendini zorlamıştır. Çoğu ülkelerde radyo ve televizyon kurumlarının devlet denetiminde, buna karşılık basılı yayınların özel girişimin elinde bulunması, gelişen radyo-televizyon tekniğine uygun olarak basılı yayınların yenilenmesini kolaylaştırmıştır. Her şeyden önce basılı yayınların (gazete ve dergi) sayısında hızlı bir artış olmuş ve okuyucu gruplarının beğeni ve gereksinmesine uygun olarak değişik gazete, dergi, kitap yayımlanmaya başlanmıştır. Ciddi, magazin, bulvar tipi gazetelerin son zamanlarda artışında, siyasal, ekonomik, toplumsal, eğlence türü dergilerin ortaya çıkışında başka nedenler yanında radyo ve televizyonun olumsuz etkisini azaltma nedeni de küçümsenmemelidir.

Televizyonun gazete, dergi, kitap okumaya olan etkisini ölçmeyi amaçlayan pek çok araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırmaların çoğunda televizyon izlemenin, genel olarak gazete, dergi gibi basılı yayınları okumayı azalttığı ortaya çıkmıştır. Bu azaltma, televizyon izleyicisinin toplumsal ve ekonomik durumu ile sıkı bağlantılıdır. Söz gelimi, aydın bir kişinin televizyon seyretmesine karşılık okumasında —zamana bağlı olduğundan— çok az bir düşme, azalma vardır. Eğitim ve kültür düzeyi düşük kişilerde ise televizyon bir haber ve eğlence aracı olarak kabul edildiğinden, onunla verilenlerle yetinilmekte, dolayısıyla gazete, dergi vb. okuma oranı çok düşmektedir. Hemen hemen dünyada en çok gazete-derginin okunduğu ülke olarak bilinen İngiltere'de televizyonun gazete alma ve okumaya etkisi konusunda 1200 kişi üzerinde yapılan bir araştırmada şu ilgi çekici sonuçlar alınmıştır. *The Times, The Telegraph, The Guardian, The Observer* gibi ciddi, nitelikli gazetelerin okunmasında televizyonun etkisi ile azalma, düşme olmamıştır. Gazetelerde okunan makale ve haberlerde değişme olmuş, daha ciddi şeyler okunmaya başlanmıştır (Belson 1967, s. 278-281. Belson 1961).

Türkiye'de durum ise televizyonun ilk yıllarında (1973 ilkbahar) yapılan bir araştırma sonucuna göre gazete okumada % 20, dergi-kitap okumada ise % 21.8 oranında bir azalma görülmüştür. Kadınlarda bu etki daha fazla olmuş; gazete, kitap, dergi okumada azalma % 24-25 oranında görülmüştür. Eğitim ve gelir düzeyi de bu azalışı etkileyen önemli etkenlerdendir. Düşük eğitim ve gelir düzeyindeki kişilerde okuma daha az olmaktadır. Kuşkusuz, burada gazete, dergi, kitap gibi yazılı basın araçlarının fiyatlarındaki hızlı artış ve bu araçlara ulaşma olanakları da önemli faktörlerdir (Aziz, 1975).

9.2.2 Sinema ile İlişkiler ve Etkiler

Kitle iletişim araçları içinde radyo ve özellikle televizyondan en çok etkilenen sinema endüstrisidir. Bugün radyonun sinemaya etkisi fazla olmamakla birlikte, radyonun ilk yıllarında bu etki yoğun olmuş; kitleler, evlerine, salonlarına, oturma odalarına gelen bu haber ve eğlence aracını diğer haber ve eğlence araçlarına –bu arada sinemaya da– yeğlemişlerdir.

Sinemanın elektronik yayından etkilenmesi, televizyonun kitle iletişim araçları arasına girmesi ile olmuştur. Ses yanında görsel gereksinmeyi de karşılaması, televizyonu sinemanın yarışmacısı durumuna getirmiştir denilebilir. Televizyon programlarındaki çeşitlilik, izlemenin fazla çabayı gerektirmemesi, özellikle televizyonun ilk gelişme yıllarında sinemaya gitmeyi etkilemiştir. Bu konuda yapılan bilimsel araştırmalar yanında, durumu en iyi belirten sinema salonları bilet gişeleridir. Televizyonun ilk başladığı ülkeler olarak ABD ve İngiltere'de yapılan araştırmalarda televizyonun sinemaya olan etkisi ya bu konuda yapılan özel araştırmalarda ya da yapılan sosyolojik genel araştırmalarla saptanmıştır. Örneğin, ABD'de 1946 yılında, yılda ortalama olarak 82 milyon kişi sinemaya giderken, televizyonun etkisi ile bu sayı 1955 yılında 46 milyona düşmüştür. Sinema bilet gişesinden elde edilen bu sayılar televizyonun, özellikle gelişme yıllarında ne denli etki yaptığını açıkça göstermektedir. Bu etkinin bir sonucu olarak da 1946 yılında 19 bin olan sinema sayısı 1953 yılında dörtte birinin kapanması ile sonuçlanmıştır (Bogart, 1958, s. 153-161).

Televizyonun sinema giderliğe etkisi olumsuz olarak İngiltere'de de görülmektedir. Örneğin, 1946'larda sinemaya gidenlerin sayısı yılda ortalama 1,5 milyondan fazla iken, 1959'da bu sayı yarıya düşmüştür. Ulusal çapta tüm İngiltere'yi kapsayan bu durum, özellikle yine televizyonun gelişme yıllarında olmuştur. Sinemaya gidiş ile ilgili olarak 1958 yılında İngiltere'de yapılan bir araştırmada ise, daha ayrıntılı olarak şu sonuçlar alınmıştır. 780 kişi üzerinde yapılan araştırmada % 31 oranında televizyonun sinemaya gitmeyi azalttığı görülmüştür. Yıllara göre bu etkide bir yükseliş, sonrada bir düşüş olmaktadır. İlk yıllarda bu azalma % 10, ikinci yıl % 42 olmakta, genellikle üçüncü yıl sonunda ise bu oran düşmektedir (Cazeneuve, 1967, s. 79; Belson 1958, s. 131-139).

Fransa'da ise, 1957 de sinemaya gidenlerin sayısı yılda 411 milyon iken, 1959'da 352 milyona inmiştir. 1959 yılında Fransa'da yapılan bir başka araştırmada ise eskiye göre sinemaya giderliğin % 81 azaldığı saptanmıştır.

Ülkemizde durum ise, televizyonun ilk yıllarında benzer özellikler göstermiştir. Genel olarak sinema sahiplerinin, salonlarının boş olmasından yakınmaları, birçok sinema salonunun kapanması, televizyonun sinema giderliği azalttığını ortaya koymuştur. Ancak, bu konuda ne kadar azalma olduğunu gösterir sayısal bilgiler yoktur. Ankara'da 1973 yılı ilkbaharında yapılan araştırmada ise televizyondan ötürü sinemaya gitmenin % 65.5 oranında azaldığı saptanmıştır (Aziz, 1976. s.153-161).

Başlangıç yıllarında radyonun, televizyonun ortaya çıkması ile televizyonun sinemaya gidişi azaltması, basında olduğu gibi sinema endüstrisinin kendisini yenilemesine neden olmuş, televizyonun veremediklerini vermeye zorlamıştır. Bu alandaki teknik buluşların yardımı ile renkli ve sinemaskop film yapımı, üç buutlu film denemeleri, 90 dakikalık filmler için yapılan büyük harcamalar, gösterişli-göz kamaştırıcı bol figüranlı filmler, nitelikli filmin yapımına özen gösterilmesi, ABD gibi büyük ülkelerde özel arabalar içinde oturarak seyredilen *"arabalı sinema" (drive in theatre)* adlı açık hava sinemalarının kurulması, sanat filmlerinin (/yeraltı/underground film) yapımı televizyonun etkisi ile olmuştur, denilebilir. Kuşkusuz, bu değişikliklere tek neden olarak televizyon gösterilmezse de televizyonun bütün bu yenilik ve değişikliklerde itici, önemli bir payı olduğu açıktır.

Televizyonun sinema endüstrisine olan bu etkisi yanında, televizyon ile sinema arasında yakın bir işbirliği görülmektedir. Bunun en belirgin örneği, sinema endüstrisi tarafından yapılan sinema filmlerinin televizyonda gösterilmesidir. Televizyonda dijital yayınların başlaması ile özel sinema kanallarında sinema filmlerinin gösterilmesi, sinema – televizyon ilişkisini olumlu yönde göstermesi açısından önemlidir. Ayrıca, doğrudan televizyon için bu endüstri tarafından film yapımı, televizyondaki programlarda bu endüstriden gelen sanatçıların yer alması, televizyon ile sinema arasında belirtilebilecek önemli ilişkilerdir.

9.2.3 Tiyatro ile Olan ilişkiler ve Etkiler

Radyo ve televizyon, kitle iletişim araçları içerisinde en eskisi olan ve günümüzde popüler sanat olarak tanımlanan tiyatro ile de ilişki ve etkileşim içindedir. Her şeyden önce tiyatro türü, gerek radyo ve gerekse televizyonda her iki aracın ilk yayınlarından beri kullanılmaktadır. Bu yönden bakıldığında radyo ve televizyonun tiyatro (bu kavram, geniş anlamında opera, operet hatta baleyi de kapsamaktadır) ile yakın bir işbirliği içinde olması doğaldır. Bu ilişkinin, televizyon-sinema ilişkisinden farklı olarak sanatçı, oyun alış verişi yanında, tiyatronun bu kanallarla

halka götürülmesinde; tanıtılıp, sevdirilmesinde yardımcı olduğunu da belirtmek gerekir. Çoğu ülkelerde radyo ve televizyonun tiyatro bölümlerinde daha önce tiyatro sahasında eğitim ve deneyimleri olan kişilerin çalıştığı bir gerçektir. Ayrıca, tiyatro sanatçılarının, radyo ve televizyona uygulanan tiyatro eserlerinde oynamaları sağlanmıştır.

Bu ilişki dışında, gerek radyo, gerekse televizyon tiyatroya gitmeyi –tiyatro eğlence türü olarak alındığında– etkilemiştir. Yurdumuzda televizyon yayınlarının başladığı ilk yıllarda televizyonun etkileri konusunda yapılan bir araştırmada bu etkilenmenin % 43 oranında *"daha az gidiliyor"* şeklinde olduğunu ortaya koymuştur. Bu etkilenme erkeklerde daha fazladır (Aziz, 1975, s. 225-257). Ancak, tiyatroyu bir sanat olarak görenlerde bu konuda fazla etki olmadığı söylenebilir. Çünkü bir tiyatro eseri aynı kişilerle de radyo ve televizyona aktarılsa, radyoda görüntü noksanlığından, televizyonda ise, kişinin kendi gözü ile değil, televizyon, video ya da film kamerası aracılığı ile görmesinden doğan eksiklik söz konusudur. Kamera kişinin görmek istediğini değil, o anda konuşan ya da harekette bulunan şeyi göstermek zorundadır. Ayrıca, yakın çekimlerden ötürü kamera, kişiyi olaya daha fazla sokmakta ayrıntılara inebilmektedir. Oysa tiyatroda izleyici, olayı bir bütün içinde, bir sahne içinde ve oturduğu yerden aynı uzaklıkta seyreder ve değerlendirir.

Radyo ve televizyonun kitle iletişim araçları olarak toplumları etkilemesi, toplumların bu araçlara tüm olarak açık olmaları ile olanaklıdır. Eğer toplumun tümü ya da bir kesimi bu araçlara kapalı ise, onları şu ya da bu nedenle izleyemiyorsa, bu araçlardan etkilenmeleri söz konusu olamaz. Bu olanak da, iki yönlü olarak, radyo ve televizyon yayın ağının ülkenin tümünde örülmüş olması ve toplumların radyo-televizyon alıcılarını ya doğrudan sahip olarak ya da dolaylı olarak izlemelerinin sağlanması ile ortaya çıkabilir. Kişisel olarak izlemeye zaman ayırabilmesi ve izlerken ilgisinin olması, algılaması, yorumlaması, saklaması gibi koşullar da radyo ve televizyon yayınlarının etkilerini belirleyen özelliklerdir.

Radyo ve televizyon yayınlarının bireyin tutum ve davranışlarına etkisi, ancak sürekli bir izleme sonucu ortaya çıkabilecek etkilerdir. Daha önceki bölümlerde üzerinde durulan radyo ve televizyonun özelliklerinin somut sonucu, izleyicinin etkilenmesi ile ilgili araştırmalar, bu araçların toplum yararına sunulmaya başlamasından bu yana sürekli olarak yapılmaktadır. Özellikle, bu yayın araçlarının çok gelişmiş olduğu ve kâr ya da gelir elde etme amacı ile özel girişimce yapılmakta

olduğu ABD gibi ülkelerde çeşitli özel ya da kamu araştırma kuruluşlarınca bu tür araştırmalar sürekli yapılmaktadır.

Radyo ve televizyondan toplumun yararlanmasının önkoşulu ‘izleme’dir. Radyo ve televizyon yayınlarının izlenmesi sonucu kişinin eğitim, kültür, haber ve eğlence gibi gereksinmeleri karşılanmış olmaktadır. Ancak, bu durum ülkeden ülkeye değişmektedir. Yayın kurumunun verdikleri ile izlerkitlenin eğitim, kültür düzeyi ve deneyimleri farklı olduğundan izleme durumu, alışkanlıkları ve bunun doğal sonucu olan etkileri de farklı olmaktadır.

BÖLÜM 10:

İZLEYİCİ KİMLİĞİ

Radyo ve televizyon izlerkitlesinin kimliğini tanımlamak oldukça zordur. Çünkü radyo ve televizyon izleyicisinin özellikleri farklıdır. Farklı yapıdaki bireylerin oluşturduğu bir kitlenin ise her yönüyle alınarak tanımlanması hayli güçtür. Söz gelişi, bir miting alanında ya da bir konferans salonunda bulunan izleyicinin tanımlanması kolaydır. Bu kitle görülebilir, verilen iletilere tepkileri belirli yöntem ve tekniklerle ölçülebilir. Oysa kitle iletişim araçları izleyicilerinin kimlerden oluştuğu, hangi iletileri alıp, hangilerini kullandıkları, tepkilerinin neler olduğu hemen ve tüm yönleri ile saptanamaz. Ancak, tüm bu zorluklarına, belirsizliklerine karşılık, kitle iletişim araçları ve özel olarak da radyo ve televizyon izleyicisinin kimliği tanımlanmakta, bu tanımın kapsadığı izleyici kimlikleri belirlenmektedir.

10.1 İzlerkitle Kümeleri

Radyo ve televizyon izleyicisi —buna videoyu da ekleyebiliriz— bu araçlarla verilen iletilere açık, bunları tüketen, farklı yaş, cinsiyet, eğitim - kültür, meslek, gelirde olan ve farklı yerlerde oturan, birbirleri ile ilişkisiz, görünmeyen, bilinmeyen çok sayıda bireylerden oluşan bir kitledir. Bu tanıma bakıldığında, somut bir izleyici kitlesinin ortaya çıkması olanaksız gibi gözükmekte ise de yapısal olarak incelendiğinden tek bir izlerkitleden değil, değişik özelliklere göre tanımlanabilecek *"izlerkitle kümeleri"*nden söz edilebilir.

İzlerkitlenin kitlenin kümelendirilmesinde önemli bir kaç ölçüt vardır:

Ø **Büyüklük, genişlik**: İzlerkitle genel olarak sayısal çokluğu kapsar. Bu çokluğun kaç kişiden oluştuğu hususu ise, tüm olarak o ülkenin yapısına, yayınların durumuna bağlıdır. Söz gelişi, yüz bin nüfuslu bir ülkede radyo ve televizyon

yayınlarını izleyenlerin kümelendirilmesinde bin kişinin bir 'çokluk' olarak kabul edilmesine karşılık, yüz milyon nüfuslu bir ülkede bu sayı milyon olarak alınabilir. Ancak, hiç bir zaman ulusal, bölgesel ve hatta yerel nitelikte radyo ve televizyon yayınlarında 5-10 kişi için yayın yapılmaz.

Ø **Sosyo-ekonomik yapı:** İzlerkitlenin kümelendirilmesinde bireyin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik koşullar farklılık göstereceğinden, bu yapı ile ilgili özelliklerin de dikkate alınması gerekir. Bunun için, o toplum yapısının çok iyi bilinmesi zorunludur. Bireyin farklı cinsiyeti, yaşı, eğitimi, kültürü, geliri, mesleği, oturduğu yeri vb. gibi özellikleri izleyicinin kümelendirilmesinde yapısal özellikler olarak dikkate alınır.

Genelde toplumlardaki özellikler benzerlik gösterirse de, her ülkenin farklı özellikteki izleyici kümeleri vardır. Örneğin ABD'de siyah ırkın bulunuşu, azınlıkların gerek çeşit olarak, gerekse sayı olarak fazlalığı; radyo ve televizyon istasyonlarının baştan beri özel girişim elinde olmasından ötürü izleyici kümeleri, diğer toplumlara göre farklılık gösterir. Avrupa ülkelerinin çoğunda farklı dillerde yayınların seslendiği izlerkitle, bu dilleri konuşan izleyici kümeleridir. Örneğin, Almanya'daki *Radyo Köln*, Almanya'daki Türk işçilerine seslenen özel yayınlara yer vermektedir. Dolayısıyla, başka toplumlarda görülmeyen "Türk işçisi" bir izlerkitle kümesi olarak ortaya çıkmıştır. Norveç'te 40 yıldan beri, orada yerleşmiş Türkler için yayın yapan radyo vardı.[52]

Ø **İzleme amacı:** İzlerkitle kümelendirilmesinde bir diğer özellik, izleyicinin yayınları hangi amaçla izlediğidir. Yayın türlerinin de belirlediği bu özellik, yani yayınları haber alma, bilgilenme, eğlenme amaçları ile izleyip izlemediği gibi özellikler izleyicileri kümelendirmede önemli bir ölçüttür.

Ø **İzleme süresi:** İzlerkitle kümelendirilmesinde bir önemli olan bir başka özellik, izleyicinin yayınları izleme süresinin uzun ya da kısa oluşudur. Gerçek anlamda bir izleyici kümesinden söz edebilmek için, yayınların sürekli izlenmesi gereklidir. Bundan ötürü de izleyici araştırmalarında radyo ve televizyon yayınlarının ne kadar sıklıkla izlendiği, hangi saatlerde, günlerde izlendiği gibi sorular yer alır.

Bu açıklamaların ışığında farklı ölçütlere göre izlerkitleyi şöyle sıralayabiliriz:

52 Bu radyo kanalının yayınlarına, orada bulunan Türklerin Norveç'e uyum gösterdikleri gerekçesi ile Eylül 2005 tarihinde Kürtçe yayın yapmak üzere, son verildi.

10.2 Yayınlara Gösterilen İlgiye Göre İzlerkitle

Radyo ve televizyon izleyicisi, yayınlara gösterdikleri ilgiye göre kümelendirilebilirler. Kimi izleyiciler yayınların tümüne ilgi gösterirken, izlerken, bir kısım izleyici belirli programlara ilgi gösterir, izler. Burada belirleyici husus, o izleyicinin sosyo-ekonomik özellikleridir, ilgi alanlarına göre izleyiciler genel (kamu) ve özel (uzmanlaşmış) izlerkitle olarak iki kümede toplanabilir.

- **Genel (Kamu) İzlerkitle**

Radyo ve televizyon yayınlarının toplumun tümüne ya da büyük çoğunluğuna seslendiği durumlarda ‘genel’ ya da ‘kamu’ izlerkitlesinden söz edilebilir. Bu kitlenin yapısal herhangi bir ortak özelliği yoktur. Bu bakımdan türdeş olmayan (heterojen) ve bilinmeyen (anonim) yapıdadır. O ülkede radyo ve televizyon yayınlarının şebeke yayın olması durumunda bu tür bir izlerkitlenin varlığından söz edilebilir. Bazı toplumbilimcilere göre böyle bir kitlenin adı var, kendisi yoktur.

Bu izlerkitlenin en önemli özelliği, birbirlerinden hiçbir şekilde haberli olmayışları, ilişkileri bulunmayışıdır. Birey kendisini bir kümenin üyesi olarak düşünemez, gelen iletilere tepkisi bireyseldir, bağımsızdır ya da en fazla bulunduğu ortamla sınırlıdır. Bu tür izlerkitle, radyo ve televizyon yayınlarının başta haber olmak üzere, dramatik yayınlar, eğlence türü yayınları için söz konusu olabilir,

- **Özel (Uzmanlaşmış) İzlerkitle**

İzlerkitle bazen yayınları izleme amaçları ve gösterdikleri ilgileri yönünden türdeşlik (homojenlik) gösterir. Sayıları, genel izlerkitleye göre, daha azdır. Sosyo - ekonomik yönden kimi özellikleri aynılık gösterir. Söz gelişi, belirli bir düzeyde bir kültür programının (örneğin, klasik batı müziği programı) izlerkitlesi özel, uzmanlaşmış bir kitledir. Burada belirli özellikler bakımından türdeşlik vardır. Bu tür bir mesajı alacak olanların belirli bir eğitim ve kültür düzeyinde olması beklenir.

10.3 İzleme Amaçlarına Göre İzlerkitle

ABD’li iki toplumbilimci **Merril** ve **Lovenstein** izleyicileri, yayınları izleme amaçlarına göre üç ana kümede toplamaktadırlar.

- **Cahiller; Okumaz - Yazmazlar**

Cahiller, okumaz, yazmazlar (illeterates) kümesine hem gerçekten okuma yazma bilmeyenler, hem de davranışsal olarak okumaya, yazmaya eğilimli olmayanlar girmektedir. Bu kümedeki izleyicilerin daha çok eğlence, heyecan türü yayınlara

(mesajlara) ilgileri vardır. Düşünsel olarak yönlendirilmemişlerdir. Ussal olarak tembeldirler ve çok az çaba göstererek mesajı almak isterler. Yapay tüketici olarak adlandırılabilirler. Olayda yaşamaz, yalnızca alır ve duyar, fazlaca düşünmez. Haberleşme dünyası içe dönüktür. Kendi aile ve komşu çevresi dışında fazla katılılımı yoktur. Kendisinin toplumsal kararlar üzerindeki etkisini ya hiç ya da çok az olarak görür. Aldığını saklar, bölüşmez, dağıtmaz.

- **Faydacılar, Çıkarcılar**

Faydacılar, çıkarcılar (pragmatics) kümesini oluşturan izlerkitle toplumsal varlık olarak pratik ve pragmatik açıdan toplumun işleyişi ile ilgili olmayı istedikleri için yayınlara ilgi gösterirler. Genel olarak etken (aktif)dirler, ilgilidirler. Ancak, bu etkenlik ve ilgi, toplumda kendilerine daha iyi bir yer elde etmek içindir. Daha iyiye, daha güzele, daha varsıllığa, daha yükseğe ulaşmak içindir. Çevredeki tüm toplumsal çalışmalara, uğraşlara katılırlar; ancak, bu yönü ile okumaz - yazmaz izleyici kümesiden ayrılmasına karşılık, onlar gibi, gerçekten düşünmek için mesajı almaz, mesajı yorumlamayı, başka olaylarla birleştirmeyi düşünmez. Hareket adamıdır. Sık sık ciddi düşünce dolu mesajları alır kabul eder. Çünkü bu tür bir tutum ve davranış içerisinde olması beklenebilir ve uzun dönemde buna gereksinim duyacağını bilir.

- **Aydınlar**

Aydınlar (intellectuals) kümesi sayıca en az olan kümedir ve bu tür izleyici kümesi sorunlarla, konularla ilgili olup, felsefe ve estetik yönleri ile bütün olarak yayınlara ilgi duyarlar. Düşüncelerle ilgilenirler ve bunu faydacı, çıkarcı izleyici kümesi gibi çıkarcı amaçlarla yapmazlar. Aydın, düşünen insandır ve genel olarak "kitle" kavramına karşıdırlar. Bunun için de kitle iletişim araçlarına karşı az ilgi gösterirler. Kitle iletişim araçlarının topluma verilmesi gerekeni değil, toplumun ister gözüktüğü nitelikte, toplum düzeyini düşürücü içerikte mesaj verdikleri görüşündedirler. Bu küme izleyici kendilerini *'kültürel aristokrat'* olarak görür ve toplumu yönetebilecek yetenekte olduklarını kabul ederler. Bundan ötürü de kurumsal ve kümesel olarak alınan kararları kuşku ile karşılarlar.

Kitle iletişim araçlarının tüketicisi durumundaki bu üç temel izleyici kümeleri ile ilgili olarak Merril ve Lovenstein ABD için oranları şöyle vermektedirler: "Cahiller" % 60, "Faydacılar" % 30, "Aydınlar" ise % 10. Kuşkusuz, Amerikan toplumu için verilen bu oranlar, farklı toplumlar için değişik oranlarda olacaktır. Bu farklılık ise, büyük ölçüde o toplumun toplumsal ve ekonomik yapısına, koşullarına

bağlı olacaktır. Gelişmemiş, endüstrileşmemiş bir toplumda bu oranlar, belki de % 95 oranında 'cahiller' kümesinde toplanmasına karşılık, gelişmiş bir başka ülkede, söz gelişi İngiltere ya da Fransa'da bu oranlar "aydınlar" lehinde değişebilecektir.

Ülkemiz açısından durumu değerlendirirsek, eğitim düzeyinin düşük olmasını göz önünde bulundurarak bu oranları "cahiller" kümesinde % 75-80'e, "faydacılar"ı %15-18'e, "aydınları" ise % 5-3'e oturtabiliriz. Ancak, irdelemenin çok özenle yapılmış sosyo-psikolojik araştırmalarla ortaya çıkabileceğini, bunun için geliştirilmiş özel araştırma yöntemlerinin kullanılmasına gereksinim olduğunu da hemen ekleyelim.

10.4 Sosyo- Ekonomik Özelliklere Göre İzlerkitle

Radyo ve televizyon yayınlarını izleyenler, toplumsal ve ekonomik özelliklerine göre farklı izleyici kümelerini oluştururlar. Bu kümelendirme, daha önce de görüldüğü üzere, aynı zamanda yaygın olarak kullanılan radyo ve televizyon yayın türlerini, programlarını da oluşturur.

- **Cinsiyet ölçütü:**

Toplumdaki iki farklı cinsiyetin belirlediği kadın ve erkek izlerkitleleri tüm toplumlarda vardır ve en temel belirgin izleyici kümeleridir. Bunlardan özellikle kadın izlerkitlenin cinselliğinin belirlediği toplumsal rolleri, ilgi alanlarının farklı olması gibi nedenlerden ötürü kendilerine özgü programların yapılmasını gerektirmektedir.

- **Yaş ölçütü:**

Yine tüm toplumlarda farklı yaşlardaki izleyicilerin oluşturduğu izleyici kümeleri vardır: Çocuk, genç, yetişkin, yaşlı izlerkitleleri gibi. Çünkü bu farklı yaştaki izlerkitlelerini gereksinim ve beğenileri de farklıdır. Bu kümeler içerisinde en ağırlıklı olanı ise "çocuk izleyici" kümesidir. Radyo ve televizyon yayınlarında bu izlerkitleye seslenen programlar yanında, doğrudan çocuklara yayın yapan radyo ve görselliğinden ötürü, özellikle televizyon kanalları vardır.

- **Eğitim ölçütü:**

Bireylerin farklı eğitim ve kültür düzeyleri, bu nitelikleri gösteren izleyicilerin aynı kümede toplanmasını gerektirir. Burada hiç okuma yazması olmayanlardan başlayarak ilk, orta ve yükseköğrenimli izleyicilerin oluşturduğu kümelerden söz edilebilir. Özellikle, gelişmekte olan ülkelerde eğitim ölçütü dikkate alınarak

yapılan izleyici kümelendirmesinde, yayın kuruluşlarının bu kümelere seslenmeleri yasal ve toplumsal görev ve sorumlulukları içerisindedir.

- **Yerleşim Yeri Ölçütü:**

Radyo ve televizyon yayınları tüm topluma seslenmek zorundadırlar. Farklı yerleşim birimlerinde oturanların oluşturduğu izlerkitlelerin farklı beğenisi, gereksinimi vardır. Burada en önemli izleyici kümeleri, küçük ve büyük yerleşim yerlerinde oturanlarla bir ülkenin gelişmiş yöreleriyle daha az gelişmiş yörelerinde oturan izleyicilerden meydana gelmektedir. Bunlardan en belirgin olan izleyici kümeleri köy, kasaba, kent, büyük kentte oturan izlerkitlelerdir. Ayrıca, büyük kentlerin çevrelerinde oluşan gecekondu yaşamındaki bireylerin oluşturduğu izleyici kümeleri de günümüzde yerleşim yeri ölçütüne bağlı önemli izlerkitlelerdir.

- **Meslek Ölçütü:**

İzlerkitlenin bir diğer önemli toplumsal ve ekonomik yapı ölçütü, mesleğidir. Toplumda geniş ve yaygın mesleklere göre farklı izleyici kümeleri de oluşur. Örneğin doktor, hemşire, öğretmen, avukat, çiftçi, işçi gibi mesleklerin oluşturduğu geniş izleyici kümeleri hemen hemen her ülkede bulunabilir.

Yukarıda belirtilen toplumsal ve ekonomik ölçütlere ek olarak, her ülkenin dil, din, ırk, etnik grup gibi özelliklerine bağlı olarak farklı izlerkitleleri oluşturulabilir.

BÖLÜM 11:

RADYO VE TELEVİZYON YAYINLARININ İZLERKİTLEYE ETKİLERİ

Radyo ve televizyon yayınlarının izlerkitle üzerinde önemli etkileri vardır. Bu etkiler, bu yayınların toplumlarda ilk izlenmeye başlandığı yıllarda daha belirgin iken, yıllar geçtikçe bu etki giderek yaşamın bir parçası durumuna gelmiştir. Bu etkilere geçmeden önce, etkilenmenin ön koşulu olan izleme durumlarını görmek gerekir.

11.1 İzleme Alışkanlıkları - Durumu

İzlemenin ilk aşaması olan alıcıya ya da izleme olanağına sahip olma koşulları bugün gelişmiş ülkeler bakımından pek fazla sorun olarak görülmemektedir. Özellikle, radyo için bir sorun değildir. Televizyon alıcıları için ise, aynı şey söylenemezse de günden güne çeşitli olanaklarla bu sorun da çözümlenmeye çalışılmaktadır.

İzleme ile ilgili ikinci aşama ise, bireyin zamanının bu yayınları izlemeye uyup uymadığıdır. Bu konuda televizyon yayınlarının sınırlı olduğu ilk araştırmalarda, radyo ve televizyon yayınları için farklı izleme durumları ortaya çıkmıştır. Genellikle hem radyo, hem televizyon izleme olanağına sahip kişilerin radyo izleme zamanlarının televizyon yayını olmadığı zamanlara rastladığı görülmüştür. Ancak bu izlemede, televizyon alıcısı olduğu halde, izleme olanağının bulunmadığı evin diğer bölümlerinde, çalışma yerinde, arabada televizyon yayını da olsa, radyo yayınlarının izlendiğini belirtmek gerekir. Radyo ve televizyon izleme saatlerinde herkesin izleme olanağı bulduğu saatler ise, daha çok çalışanların evinde bulunduğu akşamın ilk iki - üç saati olmaktadır. Bu da yaz ve kış mevsiminde farklılık göstermesine karşılık, genellikle 19 -19.30'dan - 21, 22'ye kadar uzanmaktadır. İzlemenin yoğun olduğu bu saatlerde ise yayınlar daha çok herkesin ilgisini çekebilecek

niteliktedir. Yayıncılık kavramı ile *"en çok izlenen kuşak" (prime-time)* olarak adlandırılan bu saatlerde haber ve diziler, yarışma ve show türü programların bu saatlerde yer alışının nedeni budur. Bir başka söyleyişle, bu saatlerde genel izlerkitleye seslenen programlar yer alır. Belirli izleyici kümelerine seslenen örneğin kadın, çocuk, genç, spor, din – ahlak programları ise daha çok o izleyici grubunun izleme olanağı bulacağı saatlerde, verilmektedir. Tersi yapıldığında, hedef izlerkitlenin izleme olanağı kaldırılmış olacaktır.

Bazı araştırmalarda radyo yayınlarının haftada kaç gün izlendiğini saptama yerine, hangi günler daha çok izlendiği araştırılmıştır. İlk yapılan radyo ve televizyon araştırmalarının ilk yıllarında radyo yayınlarının en çok izlendiği gün; % 35 gibi bir oranda Pazar günleri olarak saptanmıştır.

Genel olarak bakıldığında, günümüz koşullarında gerek dünyada, gerek ülkemizde radyo izleme ve izleme sıklığı eskiye göre yoğun olmayıp, sabah işe gitmeden ya da giderken –çoğunlukla arabalarda- belirli saatlerde izlenebilmektedir.

11.2 İzlenen Yayınlar

Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili izleme alışkanlıkları konusunda üzerinde durulması gereken bir başka husus da izleyicinin hangi yayınlara karşı daha ilgili olduğu ya da en çok hangi tür programları severek, isteyerek izledikleri hususudur. Hemen hemen yapılan tüm radyo ve televizyon araştırmalarında bu konular saptanmaya çalışılmıştır. İzleyenin cinsiyet, yaş, eğitim ve meslek gibi niteliklerinin de çerçevelediği bu bulgular ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Genel olarak belirtmek gerekirse geniş izlerkitleye seslenen haber, eğlence, müzik ve oyunlaştırılmış programlar ile televizyon için dizi ve sinema filmleri gibi program türleri en çok izlenen yayın türlerini oluşturmaktadır.

Genelde bir ülkede ağırlıklı izleyici yüzdesi, *Merill* ve *Lovenstein*'in araştırmalarında saptadıkları ve ileri sürdükleri gibi, büyük oranda *"cahiller, okumaz yazmazlar"* olduğuna göre, bu tür yayınlara ilgi göstermeleri doğaldır.

Diğer ülkelerde yapılan araştırmalara göre, programlara gösterilen ilgi farklıdır. Örneğin, 1950'li yılların sonlarına doğru yapılan izleyici araştırmalarında İngiltere'de radyo programlarını dinleme sırası haber, radyo oyunları, güncel programlar, çeşitli hafif müzik iken İsveç'te haber, eski tür dans müziği, hafif müzik ve oyunlar başta gelmekteydi. ABD'de ise ağırlık haber yayınlarında toplanmakta (% 76), bunu radyo oyunları ile komedi, eski sevilen müzik, toplumsal konularla ilgili

programlar izlemekteydi (Siepman 1957, s. 113). Daha sonra yapılan araştırmalarda da bu durum gözlemlenmekte ise de televizyon yayınlarının etkisinin artmasıyla, görselliğinden ötürü ilgi televizyona kaymıştır. Doğal olarak haber yine önemli olmakla birlikte müzik ağırlık kazanmıştır. Hatta öyle ki radyo alıcıları daha sonra *"müzik kutusu"* deyimi ile anılmaya başlanmıştır.

İzlerkitlenin program izlemedeki tercihlerinde belirleyici olan yayınların içeriği olduğu açıktır. Söz gelişi, eğitsel ve kültürel yayınlara yer vermeyen özel girişimci ülke radyo ve televizyonlarında bu yayınların izlenmesi de olanaksızdır. Ancak, yayınlara getirilecek sınırlamalar çerçevesinde tecimsel radyo ve televizyonların bu tür programlara yer vermeleri sağlanabilir.

11.3 Yayınların İzlerkitleye Etkileri

İzleyicinin büyüklüğü ile ilgili araştırmalar, sayısal bilgiler vermekle birlikte, izleyicinin bu mesajlar karşısındaki durumu, tutum ve davranışı; izlediklerini anlayıp anlamadığı, ne kadarını benimsediği, aldığı mesajları kullanıp kullanmadığı gibi konularda bilgi vermekten uzaktır. Bu bakımdan, medyanın tüketicileri olan izleyicinin izledikleri karşısındaki tutum ve davranışlarında değişiklik olup olmadığı ya da başka bir deyişle bu mesajlardan etkilenip etkilenmedikleri konusunda bilgiye ulaşmak için daha farklı araştırma bulgularına ihtiyaç vardır. Çünkü bu tür bilgiler, medyanın asıl işlevleri olan haber verme, bilgilendirme, aydınlatma ya da geniş anlamı ile eğitme, kültürleştirme ile eğlendirme işlevlerini yerine getirip getirmediğinin bir göstergesidir. Bu amaçları gerçekleştirmek için daha farklı araştırmaların yapılması gerekmektedir. Bu tür araştırmalar genel olarak *"etki araştırmaları"* olarak adlandırılabilir. Bu tip araştırmalarda amaç, bir radyo/televizyonda yayınlanan belli bir programa ya da genel olarak tüm programlara karşı dinleyici-seyircinin ilgi ve beğeni derecesini ölçme; amaçlanan etkiyi yapıp yapmadığını araştırmaktır. Bir başka deyişle bu tür araştırmalar, belli yayınların izleyicideki etkisini ölçmeyi amaçlayan en yaygın araştırma türüdür.

Bu amaçla yapılan araştırmalarda önce izleyicinin sosyo - ekonomik özellikleri saptanır. Bunlar cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, gelir, yerleşim yeri, dil, din, etnik özellikler gibi izleyicinin sosyo-ekonomik yaşantısı ile ilgili özellikleridir. Yapılan araştırmaların amacına göre özellikler, farklılık gösterebilir.

Bu tür araştırmalarda kullanılan yöntem ve teknik, izleyici kitlesinden alınan örnekleme anket uygulanma şeklindedir. Genelde anketörler aracılığı ile yapılan

bu araştırmalar sonunda elde edilen bulgulara göre, radyo ve televizyon yayınlarından verilen mesajların sunuş biçimleri (formatları), içeriği yeniden gözden geçirilir; gerekirse düzeltmeler yapılır. Özellikle kamu hizmeti yayıncılığı yapan elektronik medyada bu tür araştırmalar önemlidir. Bu araştırmalar genellikle o yayın kuruluşları tarafından yapılmakta ya da yaptırılmaktadır.[53]

Bu araştırmalar, yayınların dinleyici-seyirci kitlesi üzerinde genel olarak nasıl etki yaptığı; sosyal yaşantılarını, eğitim, öğretim düzeylerini, ahlâk, huy edinme, psikolojik ve fiziksel durumlarını nasıl etkilediğini saptamayı amaçlar. Bu tür araştırmalar çok yaygın olup, hemen hemen her araştırmada bu toplumsal etkinin değişik yönleri araştırılır. Örneğin, çocuğun toplumsallaşmasında radyo ve televizyonun etkisini ölçmeyi amaçlayan araştırmalar bu tip araştırmalardır.

Bu başlık altında incelenmesi gereken bir diğer araştırma konusu, radyo ve televizyonun diğer kitle iletişim araçları olan gazete, kitap, sinema, tiyatro ve bu gibi araçlara olan etkisi ile ilgili araştırmalardır. Bu amaçla yapılan araştırmalar, genel olarak toplumsal etkiyi ölçmeyi amaçlayan araştırmalarda saptanmaya çalışılırsa da, kimi kez ayrı olarak da yapılmaktadır. Bu tür araştırmalar, günümüzde de zaman zaman yapılmakta ise de daha çok bu araçların ilk yayınlara başladığı yer ve zamanlarda yapılmıştır. Günümüzde de yeni radyo ve televizyon kanallarının yayına başlaması ve yönetim sistemleri değişen ve özel yayıncılığa izin veren ülkelerde, toplumlarda, bu yeni kanalların var olanları etkileyip etkilemediği gibi konularda yapılmaktadır.

Radyo ve televizyon, ilk yayına başlamalarından günümüze kadar geçen dönemde, farklı zamanlarda, farklı nitelik ve yoğunlukta olmak üzere, izleyiciyi şu üç yönde etkilemiştir:

- Toplumsal (sosyolojik)
- Ruhsal (psikolojik)
- Bedensel (fizyolojik-biyolojik)

Günümüzde bu etkiler, alışkanlık durumuna geldiğinden, bugünün yetişkinleri, gençleri, çocukları bu düzende doğup büyüdükleri; yaşantılarını bu araçlarla birlikte düzenledikleri için, bu tür etkilerin saptanması oldukça zordur. Zaman içerisinde

53 Bu tür araştırmaların bir kısmı, üniversitelerde araştırma projeleri, tezleri kapsamında, daha çok belirli konulara ağırlık verilerek yapılmaktadır. Örneğin çocuklara, gençlere, kadınlara yönelik programların çözümlenmesi, reklamların etkileri, şiddet ve seks içerikli mesajların etkileri ilgili araştırmalar, bu tür araştırmalara örnek olarak verilebilir.

güncelliğini büyük ölçüde yitiren, ancak farklı yönlerde süregelen bu etkileri tarihsel gelişimi içerisinde görmekte yarar vardır. Bu etkileri genel başlıklar olarak, yukarıda da belirtildiği üzere, "Toplumsal", "Psikolojik" ve "Biyolojik" etkiler olarak üç ana grupta toplayabiliriz.

11.3.1 Toplumsal Etkiler

Radyo ve televizyonun toplumsal etkileri, bu araçların topluma seslendikleri ilk yıllarda yoğun olarak görülmüş, bu konuda sık sık araştırmalar yapılmıştır. Yıllar geçtikçe radyo ve televizyon, birey yaşantısının bir parçası durumuna geldiğinden, bu tür etkiler farklı boyutlarda ölçülmeye başlanmıştır.[54]

Genel olarak radyo ve televizyonun toplumsal etkilerinden söz ederken bu iki aracın, yayın içeriklerine bağlı kalarak, yersel (mahalli) kültürü yıktığı, kültür düzeyini düşürdüğü savı ileri sürülmektedir. Gerçekten de, özellikle geleneksel ve geçiş durumundaki toplumlarda fazla kanallı olmayan radyo ve televizyon kurumları, çoğunlukla şebeke yayını yaptıklarından, belirli bir düzeyde —genellikle herkese seslenebilen— yayın yapmaktadırlar. Bu genel toplumsal etkiden bireysel etkiye gelindiğinde ise gerek radyonun, gerekse televizyonun kişinin yaşantısında önemli bir yer tuttuğu ve yaşantısını birçok yönlerden etkilediği görülmektedir. Ancak burada kişinin radyo ve televizyondan etkilenmesinin daha önce açıklandığı üzere, kişinin bu araçlara açık olması, bu araçların kişiye ulaşabilmesi ön koşulu ile olanaklı olduğunu da belirtmek gerekir.

Radyo ve televizyon yayınlarının toplumsal yönden kişiyi etkilemesi şu hususlarda görülür:

- Aile yaşantısına etkisi
- Öğrenme ve eğitime etkisi
- Tutum ve davranışlara etkisi
- Ekonomik etkisi

11.3.1.1 Aile Yaşantısına Etkisi

Diğer kitle iletişim araçları ile karşılaştırılırsa, radyo ve televizyonun aile yaşantısına girdiği, evin bir elemanı olduğu görülür. ilk yıllarında radyo, daha sonraları

54 Radyo ve televizyonun etkileri konusunda geniş bir derleme için bkz. Lovery, Defleur, (1983) ve Agee, Ault, Emery (1997).

ise televizyon, kişinin, ailenin ses veren bir arkadaşı durumuna gelmiştir. Aileye yeni giren bu varlığa göre kişinin, ailenin kendisini ayarlaması zorunlu olmuştur. Tersi olduğunda, onu evine, çalıştığı, bulunduğu yere almadaki amacına ulaşamaz. Yemede, uyumada, gezmede, hatta konukların gelmesinde bu araçların kimi belirgin olmayan, kimi ise belirgin olarak hissedilen etkileri vardır. Kuşkusuz, bu değişiklik ve düzenlemeler, bu araçlar o aileye ilk girdiği zaman daha belirgindir.

Radyonun giderek taşınabilir, transistörlü alıcıların yapılmasıyla bu etki azalmışsa da televizyonun aile yaşantısına etkisi ise, televizyon alıcılarının bu tür bir duruma gelmesi daha geç olduğundan ve kişinin sürekli ilgisini istediğinden, daha çoktur. Radyonun başlangıç yıllarında aile bireylerini bir araya topladığı bilinmektedir. Bu durum, o yıllarda aile düzenini önemli ölçüde etkilemiştir. Radyonun yalnızca kulağa seslenen bir araç olması kişinin serbest zamanını bir dereceye kadar etkilemekte; kulak dışındaki duyu organlarına seslenen serbest zaman faaliyetlerine fazla etkisi olmamaktadır. Birey radyodan müzik dinlerken herhangi bir ev işi, resim ya da heykel işiyle uğraşabilmektedir. Hatta bu nedenle radyo "çalışırken dinleme"yi sağlayan bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilmektedir. Bu bakımdan radyo ancak özel dikkat isteyen kimi söz yayınlarında kişinin serbest zamanını etkileyebilmektedir.

Bugün ise, radyo alıcılarının ucuz ve taşınabilir nitelikte olması, her evde bulunması onu kişinin dostu, arkadaşı durumuna getirdiğinden radyonun bu tür etkileri azalmıştır. Hatta aile bireyleri arasındaki ilişkilerde bir gevşemeden dahi söz edilebilir. Kuşkusuz, bu yargı daha çok gelişmiş ülkelerde geçerlidir. Yoksa kalkınmakta olan ya da geri kalmış ülkelerde radyo gerek alıcılar, gerekse yayınların durumu yönünden yine de ilk yıllardaki 'bir araya getirici' özelliğini saklı tutmaktadır. Özellikle, kırsal bölgelerde belirli yayın saatlerinde —haber gibi— köy halkının, az sayıda bulunan radyo alıcılarının başına toplandıkları bilinmekte, görülmektedir.

Televizyonun aile düzenine etkisi ise radyoya göre, gerek görüntü unsurunun çekiciliği, gerekse bu aracın toplum hizmetine radyodan daha sonraları girmesi gibi nedenlerden, çok daha fazladır. Televizyon yayınlarının yeni başladığı ülkelerde şu etkiler saptanmıştır.

- *Aile bireylerini bir araya getirmiştir.* Alıcıların belirli yerde olması aile fertlerinin belirli yerlerde toplanmasına neden olmuştur. Bu birlikte olmada televizyonun rolünün, bir ruh doktorunun belirttiği gibi, eski Türk evlerinde aileyi kış geceleri bir araya getiren "mangal"a benzetmek yanlış olmayacaktır.

Ancak, başlangıçta tek kanal varken aile bireyleri arasındaki bu birliktelik, kanal sayısının artması ile aile bireylerinin farklı beğenileri, tercihlerinden ötürü, çatışmaya, huzursuzluk vermeye başlamıştır. Zamanla, alıcıların da ucuzlaması sonucu, birden fazla alıcıya sahip olunması bu sorunu çözümlemiştir.

- *Aile bireyleri arasında ilişkilere etkisi olmuştur.* Bu etki, ailenin eğitim ve kültür düzeyine bağlı olarak değişmektedir. Aile bireyleri arasındaki eğitim ve kültür farkı, değişik programlara farklı tepkilerin doğmasına neden olmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, televizyondan ötürü bir arada bulunan bireyler arasında bir içtenlik, bir yakınlaşma olduğu, kimilerinde ise, bir arada olmanın içtenlik değil, tartışma, gerginlik, sinirli bir hava yarattığı saptanmıştır. Yüksek eğitim ve kültür düzeyinde olanlar arasında genellikle bir gerginlik yaratılmasından söz edilmektedir. Bu durum, düşük eğitim ve kültür düzeyinde olan ailelerde görülmemektedir.
- *Yayınların geç saatlere kadar sürmesi uyku düzenini bozmuştur.* Televizyon yayınlarının ilk başladığı yıllarda çok daha belirgin olan bu durum günümüzde bile zaman zaman gözlemlenmektedir. Örneğin, geç saatlerde verilen haber yayınları, tartışma programları, naklen verilen spor karşılaşmaları, müzik yarışmaları ve diğer önemli etkinlikler kişinin uyku düzenini etkilemektedir.
- *Ailenin ev dışı gezintileri yayınlara göre ayarlanmıştır.* Ev gezmelerine daha az gidilmiştir. Ancak, yayın sürelerinin, kanallarının ve alıcı sayısının çoğalması, programların videoya alınarak sonradan da izlenebilmesi, bu etkileri giderek azaltmıştır.
- *Alıcıların bulunduğu yerlerde toplanılmıştır.* Bu araçların fazla yaygınlaşmamış olduğu bölgelerde ve alıcıların da pahalı olduğu ülkelerde bu alıcıların bulunduğu evlerde ya da kahvehane, lokanta, pastahane, köy odası vb. diğer yerlerde toplanılmasına neden olmuştur.[55]
- *Çocuklu ailelerde, çocukların uyku ve ders çalışma, hatta oyun düzenleri etkilenmiştir.* Özellikle yeni televizyon alıcılarına sahip olan ailelerde bu tür etkiler daha belirgin olmuş, giderek bir uyum görülmüştür.

55 Günümüzde bu durum, dijital yayın alan yerlerde ve özellikle de önemli futbol maçlarının canlı olarak verildiği yer ve zamanlarda görülmektedir.

- *Serbest zamanı etkilemiştir.* Radyo ve televizyon, toplumların yaşantısında kişinin eğlenme - dinlenme - merak amacı ile yaptığı ve genel olarak «serbest zaman» olarak adlandırılan faaliyetlerini etkilemiştir. Başlangıçta radyo yayınlarının müzik ve eğlenceyi ses olarak kişinin ayağına getirmesi, daha sonra televizyon ile görüntünün eklenmesi bu tür faaliyetlere ayrılan zamanın azalmasına neden olmuştur. Yapılan araştırmalardan, bu araçlara sahip olunan ilk yıllarda, özellikle eğlence yerlerine gidişte azalma olduğu saptanmıştır. Özel girişimin elinde bulunan yayın organlarında fazla izleyici çekme zorunluluğundan ötürü, programların daha çok eğlenceye yönelik oluşu, büyük harcamalar yapılarak eğlence (show) programlarının hazırlanışı, kişinin haber ve diğer gereksinmeleri yanında eğlence gereksinmesini de çoğu kez karşıladığından izleyicinin konser, gece kulüpleri, sinema, maç, opera, tiyatro gibi yerlere olan ilgisini azaltmıştır. Bu konuda yapılan araştırmalar yanında, bu gibi yerlerin gelirlerindeki azalma; bir kısmının kapanması ya da bu gibi yerlere gidiş zamanlarındaki değişmeler bu etkiyi açıkça göstermektedir.

11.3.1.2 Eğitim ve Öğrenime Etkisi

Günümüzde televizyon –buna radyoyu da ekleyebiliriz- gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan ülkelerde eğitim ve öğrenim için etkin bir kitle iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Kimi ülkeler bu araçlara, özellikle televizyona, ütopik gözle bakmışlar; bu araçları kalkınmalarında en önemli araç olarak görmüşlerdir. Gerçekten de radyo ve televizyonun toplumun tümüne elektronik olarak, anında seslenebilme özelliği, okuma-yazma bilme koşulunu gerektirmemesi, bu araçlarla yapılan eğitim ve öğrenimi daha etkili, ilginç duruma getirmiştir. Radyo ve televizyon ile yapılan eğitim, geniş ve dar anlamları ile kişiye genel bilgi-kültür veren, beceri-uğraşı öğreten iletileri kapsamakta ve toplumu oluşturan herkese bu tür bilgiler aktarılmaktadır. Genellikle radyo ve televizyonda yer alan eğitim, seslenilen kitle yönünden iki genel grupta toplanmaktadır. Yetişkin eğitimi ile ilgili eğitsel yayınlar, çocuklara seslenen eğitsel yayınlar. Ayrıca bu yayınlar da kendi içlerinde çeşitli özellikler dikkate alınarak türlere ayrılmaktadır. Bugün yalnızca eğitim amacı ile kurulmuş radyo ve televizyon istasyonları vardır. Bunlar daha çok okul yayınlarına yardımcı yayınlar yapmaktadırlar. Özellikle, görüntü unsurunun yer alması

nedeni ile televizyonun daha etkin bir araç olduğu ve hatta diğer tüm kitle iletişim araçları içerisinde en etkini olduğu yapılan araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır.[56]

Televizyonun görüntüsel niteliği çocuk eğitiminde de etkili olmaktadır. Bu etki, gerek televizyon ile yapılan okul yayınlarıyla, gerekse okul programları dışında yapılan eğitim, kültür ve haber programlarıyla kendini göstermektedir. Bu konuda yapılan pek çok araştırma, televizyon izlemenin okul öncesi çocukların bilgi dağarcıklarını genişlettiğini ortaya çıkarmıştır. ABD'de bu konuda yapılan bir araştırmada bu etkinin, televizyon izlemeyen çocuklara göre % 58 fazla olduğu görülmüştür. Okul çağındaki çocuklarda televizyonun eğitsel etkisi gerek okul derslerinde, gerekse genel kültür olarak olumludur. Ancak, okul derslerindeki etkinin genel kültür almada, bilgilerini genişletmede olduğu kadar fazla olmadığı saptanmıştır. Örneğin İngiltere, Kanada, ABD ve Japonya'da yapılan araştırmalarda televizyon izlemenin okul çocukları üzerindeki etkisinin okul derslerindeki bilgilerinde çok az farkettiği halde okul dışı genel kültür bilgilerinde olumlu etkinin yüksek olduğu ve özellikle bu hususun giriş sınavlarında, genel bilgi ve kültür testlerinde kendini gösterdiği saptanmıştır (UNESCO, 1964).

11.3.1.3 Tutum ve Davranışlara Etkisi

Radyo ve televizyon yayınları, izlerkitlenin tutum ve davranışlarını da etkilemektedir. Bu tutum ve davranışlara nasıl etki yaptığına, daha önce kişinin bilgi ve eğitimine etkisiyle, diğer kitle haberleşme araçlarına olan etkisini incelerken değinilmişti. Ancak, bunların dışında da kimi davranış değişiklikleri yaptığı da bilinmektedir. Bu etkiyi yaratan, iki önemli yayın türü haber, propaganda ve reklam yayınlarıdır. Bu tür yayınlar yolu ile izlerkitlenin farklı tutum ve davranışlarda bulunmalarına neden olmaktadır. Kamuoyunun oluşumunda önemli payı olan haber

56 Bu konuda örnek vermek gerekirse, İtalya'nın güneyinde okuma-yazma bilmeyenlere okuma-yazma öğretmek amacı ile Tele-Scuola'nın yaptığı düzenli yayınlarla okuma-yazma bilmeyenlerin sayısı kısa sürede önemli ölçüde azalmıştır. Aynı şekilde belirli projelerle yürütülen Hindistan radyo televizyon forumları yolu ile kırsal kesim insanının eğitiminde büyük başarı kazanılmıştır. Afrika'da gerek radyo, gerekse televizyon yolu ile halk eğitimi yapılmış, belirli projelerden olumlu sonuçlar alınmıştır. Bu projelerden en önemlileri UNESCO'nun yardımı ile yapılanlardır. Bu projelere örnek olarak ise, Hindistan yanında Senegal, Gana, Fildişi Sahili, Nijer, Nijerya gibi Afrika ülkelerindeki projeli radyo-televizyon ile eğitim yayınları verilebilir. Bu projelerde sağlık, çevre sağlığı, beslenme, okuma yazma öğretimi gibi farklı konularda yayınlar yapılmış ve kimi yerlerde de yalnızca kadın kümesi hedef olarak alınmıştır. Bu projelerde yöntem yönünden önemli özellik, izlemenin toplu izleme yöntemi (radyo ve televizyon forumları) yolu ile yapılması, bunların denetlenmesi ve sonuçların araştırılmasıdır. Bu konuda toplu bilgi için bkz. Aziz, 1981. Ayrıca, UNESCO, 1963, UNESCO, 1965. UNESCO, 1967a, UNESCO, 1967b, UNESCO, 1968, UNESCO, 1972a, UNESCO, 1972b.

yayınları ile kişi tutum ve davranışı etkilenmekte, kişilerin oluşturduğu topluluklar, kuruluşlarla (dernek, sendika vb. gibi) daha ileri gidilerek kamuoyu denilen toplumun düşüncesinde değişmeler, başkalaşmalar olmaktadır. Bunun en güzel örneği radyo ve televizyonda yayınlanan siyasetle ilgili bir habere çeşitli siyasal aktörlerin gösterdikleri tepkilerdir.

Tutum ve davranışlara etkisi olan bir diğer önemli yayın türü de propaganda ve reklam yayınlarıdır. Bu tür yayınların amacı doğrudan kişinin tutum ve davranışlarında değişiklik yapmak olduğuna göre bu sonucu doğal olarak beklemek gerekir. 2. Dünya Savaşında Hitler'in Propaganda Bakanı Göbbels'in savaşın Almanya lehinde olduğu sıralarda, *"radyo olmasa idi, bu savaşı kaybederdik"* dediği herkesçe bilinmektedir. Yine 1960 ABD Başkanlık seçimlerinde pek tanınmayan başkan adayı Kennedy'nin televizyonda sürekli görünmesinin sağladığı yararın da etkisi ile başkanlık seçimini kazandığı da bilinmektedir. Günümüzde ise, bu etkinin gücü anlaşıldığından gerek siyasiler, gerekse iş adamları ya doğrudan ya da dolaylı olarak radyo ve televizyon kanallarına sahip olmakta ya da etkileri altına almak istemektedirler. Dünya medya imparatorları olarak İngiliz *Rupert Murdoch*, İtalyan *Berlosconi*, ABD'li *John Kluge*, *Hearst* ve Türkiye'de 1980-2000 yıllarında *Doğan*, *Ciner, Uzan, Karamehmet* grupları örnek olarak verilebilir.[57]

Radyo ve televizyonun çocuk ve gençlik üzerinde tutum ve davranış değişikliği yönünden etkisinin, yetişkinlere göre çok daha fazla olduğu yapılan araştırmalar sonucu saptanmıştır. Özellikle, görüntü niteliğinden ötürü televizyon yayınları, çocukların tutum ve davranışlarını, yayınların içeriğine bağlı olarak, olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir. Özel girişimin elinde bulunan televizyon istasyonlarında ilgi çekmek için yapılan dramatik yayınlar ile bu etkinin olumsuz olduğu ve çocukları şiddet ve zorbalığa ittiği bir gerçektir. Bu yayınlar haber bültenlerinden başlayarak şiddet içerikli televizyon dizileri ve televizyonda gösterilen sinema filmleri ile geniş bir çocuk ve genç kitlesini etkilemektedir. Bu konudaki izlerkitle araştırmaları, televizyon yayınlarının özel kesimin elinde olduğu ABD'de uzun yıllardan beri yapılmaktadır.[58]

---

57 Türkiye'deki basın grupları AKP'nin 2002 yılında iktidara gelmesinden sonra eski güçlerini yitirmişler; bir kısmı iktidardaki siyasal parti görüşüne uymuş, bir kısmı ise –ekonomik nedenlerle- el değiştirerek yine siyasal iktidara yakın farklı bir güç olmuştur.

58 Televizyonun şiddet ve zor içerikli yayınlarının çocuk ve gençliğe etkisi gerek A.B.D. ve gerekse diğer ülkelerde yapılan pekçok araştırma ile ölçülmüştür. Yapılan bu araştırmaları kapsayan geniş bir bibliyografya için bkz. Charles K. Atkins, Murray, Nayman (ed.),1971. Ayrıca bkz. Aziz 1974, s. 299-319. Lovery, de Fleur 1983, s. 296-323.

Radyo ve televizyon yayınlarında yer alan reklam yayınları yolu ile de izleyicilerde tutum ve davranış değişiklikleri görülmektedir. Hatta bu tür mesajların ana amacı izleyenlerde bu tür tutum ve davranış değişikliği yapmaktır. Bu nedenledir ki reklamların biçim ve içeriği bu tür etkileri yapmak için özel bir formatla hazırlanır; izleyenlerin, reklamı yapılan mal ve hizmetlere yönelmesi beklenir. Bu tür etkiyi yapmayan reklamlar ise başarısız reklam olarak kabul edilir. Reklam yoluyla tüketim eğilimlerinin artması yapılan araştırmalarla saptanmıştır. Reklam endüstrisindeki gelişmeler, reklam pastasının yıllara göre giderek artması da reklamın etkisini ortaya koyan bir diğer önemli göstergedir.

Reklam türü yayınların yine çocuk ve gençlik üzerindeki etkisi de, yetişkinlere göre çok daha fazladır. Bu bakımdan hemen hemen her ülkenin yayınlarla ilgili düzenlemelerde ve uluslararası yasa gücündeki anlaşmalarda, sözleşmelerde reklam türü yayınlar karşısında çocuklar korunmaya alınmıştır. Örneğin, 2954 sayılı "TRT Kanunu" ve 6112 sayılı "Radyo ve Televizyon Kuruluşları ve Yayınları Hakkında Kanun"da çocuklara yönelik tüm yayınlarda sınırlamalar getirilmiştir. Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesinde (m. 11) ve daha sonra kabul edilen "Avrupa Görsel – İşitsel Medya Hizmet Sağlayıcıları Yönergesi"nde çocuklar için özel maddeler konulmuştur.[59]

Radyo ve televizyonun bireyin tutum ve davranışına etkisi, özellikle siyasal tutum ve davranışlara etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Bireyin siyasal katılması olarak alınan *'oy verme'* de başlangıç yıllarında radyonun, daha sonraları ise televizyonun büyük etkisi olduğu savı ileri sürülmüş ve bu konularda araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmaların ilkini 1944 yılında ABD başkanlık seçimleri sırasında *Lazersfeld* yapmıştır. O günkü koşullarda, radyolardan yapılan yoğun seçim kampanyasının oy vermeyi fazla etkilemediği ortaya konmuştur. Burada göreli bir etki, *'yüzen oy'* olarak adlandırılan, hangi siyasal partiye verileceği kesinleşmemiş oylar üzerinde görülmektedir. Ancak, buradaki asıl etki, bu propaganda konuşmalarıyla seçmen oylarının pekiştirildiği hususudur.

Radyo ve televizyonun bireyin siyasal toplumlaşmasına olumsuz etkileri olduğunu ileri süren görüşler de vardır. *Mills* ve *Riesman* genel olarak kitle iletişim araçlarının —özel olarak radyo ve televizyonun— etkisini bireyin kısmen de olsa "duyumsamazlık" içine girmesi biçiminde yorumlamaktadırlar.

59 Avrupa Sınırötesi Televizyon Yönergesinde şöyle bir düzenleme vardır: "...Çocuklara yönelik ve içinde çocukların kullanıldığı reklamlarda, onların yararlarına zarar verecek unsurlar bulunmayacak ve çocukların özel duyguları gözönünde tutulacaktır..." Konuyla ilgili geniş bilgi için bkz. EK 6: ve EK 7.

11.3.1.4 Ekonomiye Etkisi

Radyo ve televizyonun toplumdaki yeri incelenirken, üzerinde durulması gereken bir diğer husus da bu iki aracın genelde topluma, özele inersek bireye, kişiye kimi ekonomik etkilerinin olduğu, olabileceği hususudur. Bu etkiler hem yayınların izlenmesi yani yayınların izlerkitle üzerindeki ekonomik etkilerdir, hem de bu alanda ürün verenlerle ilgili olarak toplumun genel ekonomisine olan etkilerdir. Bu konudaki gelişmeler radyo ve televizyon yayınları ile ilgili "medya ekonomi politiği" gibi yeni konuların, ilgi alanlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Ekonomik etkiler genel olarak olumlu etkiler, olumsuz etkiler olarak iki grupta toplanabilir.

Radyo ve televizyonun kişiye ya da genelleştirilirse topluma olan olumlu etkileri, yayınların içeriği ile izleyenin çeşitli gereksinmelerinin karşılanması ve daha önce bu gereksinmeleri için yapacağı harcamaları, çabaları yapmaması şeklindedir. Bu gereksinmelerin başında eğitim, eğlence ve haber alma gereksinmelerinin karşılanması alınabilir. Düzenli ve etkili bir eğitim yayınının yapıldığı radyo ve televizyon yayınıyla kişi eğitim gereksinmesini karşılayabiliyorsa, bu iş için yapacağı harcama ve çabayı yapmayacaktır. Somut bir örnek vermek gerekirse, radyo ve televizyon ile yapılan yabancı dil öğretimi ile ilgili yayınlar düzenli olarak izlenip öğrenildiğinde izleyici, bu tür eğitim için yabancı dil kurslarına gitme ile ilgili herhangi bir harcamada bulunmayacaktır. Televizyonun toplum yaşamına girmesi ile olumlu etkiler, özellikle boş zaman faaliyetleri ve eğlence yaşamı ile ilgili kimi harcamalarda daha belirgin olarak ortaya çıkmıştır. Televizyonun, eğlence yaşamı olarak kabul edilen sinema, tiyatro, eğlence yerlerine (gazino, konser vb. gibi) gitmeyi azaltması, bu konuda yapılan harcamaları da azaltmıştır.

Radyo ve televizyonun olumsuz ekonomik etkileri ise, izlerkitlenin radyo ve televizyondan yararlanmaları, izlemeleri için yapmak zorunda kaldıkları harcamalarla ilgilidir.

- Radyo ve televizyon alıcılarını gerek satın almak, gerekse izlenmesi için anten, çanak anten, kablolu yayın, dijital yayın ve ödemeli TV (pay TV) aboneliği gibi yollarla yapılan harcamalar. Radyo ve televizyon yayınlarının izlenmesi için yapılması zorunlu olan bu harcamalardan alıcıların satın alınması ile ilgili harcamalar, özellikle bu araçların ilk yıllarında çok daha önemli idi. Radyo alıcıları, gelişen tekniğin de etkisi ile daha ucuza elde edilebilmektedir. Ancak bu konuda taksitli satışların olması, televizyon

alıcısına sahip olmayı kolaylaştıran bir etken olarak ortaya çıkmıştır. Kuşkusuz teknolojik gelişmelerin dayattığı renkli televizyon, S bantlı kablolu, teleteksli televizyon alıcıları, 150 cm'ye kadar varan büyük ekran, "düz (flat) ekran" televizyon alıcıları ve 2000 yıllarla birlikte gelen LCD TV, plazma TV, LED TV, HD TV, İnternetli TV gibi daha kaliteli görüntü veren, daha zarif ve farklı işlevleri de bulunan televizyon alıcılarının piyasaya sürülmesi daha fazla harcamayı gerektirmektedir. Bu durum her yıl yeni alıcıların teknolojik olarak geliştirilerek satışa sunulması, konuyla ilgili yoğun reklam kampanyaları, kişileri etkilemekte ve neredeyse sürekli bir harcama kalemi haline gelmektedir. Ayrıca, televizyon kanallarının fazlalaşması ve her türlü sosyo-ekonomik düzeydeki izleyiciye seslenen yayınların yapılması, evlerde birden fazla alıcı bulunması sonucunu doğurmuştur. Bu ise ailelerde yeni bir harcamayı gerektirmiştir.

- Radyo ve televizyon alıcılarının yıllık kullanım vergileri (ruhsatiye vergisi) için yapılan harcamalar ya da satın alırken verilen "bandrol" giderleri.[60] Bu harcamalar, özel girişim dışındaki tüm radyo ve televizyon sistemlerinde izleyicinin, radyo ve televizyon hizmetleri karşılığı devlete, hükümete ya da kamu kuruluşu olan yayın örgütlerine ödediği belirli bir paradır. Bu vergiler, program maliyetlerinin radyo, siyah-beyaz televizyon ve renkli televizyon yayınlarına göre farklı olmasını zorunlu kılmıştır.[61]
- Dünya ve ülke ekonomisine katkısı. Yayınların yapılabilmesi için verici ve prodüksiyon/yapım harcamaları, genel olarak bireyler ve radyo ve televizyon kanalları için bir gider olarak kabul edilirse de, bu harcamaların genel ekonomiye katkısı olduğu; yeni iş alanları yarattığı, üreticiden tüketiciye kadar geçen süreçte pek çok kişinin ya üretim ya da hizmet aşamalarında çalışmaları, yeni istihdam alanlarının yaratılmasına ya da var olan alanlarda iş hacminin genişlemesi sonucunu doğurmaktadır.

60 Bazı ülkelerde "ruhsatiye" adı altında yıllık kullanım ücretleri alınmaktadır. Türkiye'de de 1983'de çıkarılan 2954 Sayılı TRT Yasası ile kullanım ücretleri yeniden düzenlenmiş, ancak daha sonra çıkarılan yasalarla değişiklikler yapılarak, radyo ve televizyonda yıllık kullanım ücreti yerine bir kez ödenmek üzere bandrol sistemi getirilmiştir. Almanya, Avusturya, Fransa, Hollanda, İsviçre gibi ülkelerde televizyon alıcıları için yıllık kullanım vergisi alınmaktadır.

61 Televizyon yayınlarının ilk yıllarında siyah-beyaz televizyon yayınları olduğundan, vergiler de renkli televizyona göre daha ucuz olmuştur. Günümüzde gelişmiş ülkelerin tümünde televizyon yayınları renkli olarak yapılmaktadır.

- Reklam yayınları ile ilgili harcamalar ve bunun ekonomiye yansıması. Günümüzde, rekabet ortamının 'olmazsa olmazı' olan reklam ve özellikle de televizyon reklamlarının büyük harcamalar gerektirdiği açıktır. Özel radyo ve televizyon yayıncılığının tek parasal kaynağını oluşturan reklam yayınları, üretim aşamasından yayına kadar geçen süreçte farklı çalışma alanları yaratmaktadır. Ancak, burada bir noktayı da gözden kaçırmamak gerekir, firmaların mal ve hizmetlerinin reklamı için yaptıkları harcamalar maliyelere yansıdığından bu mal ve hizmetten yararlananlar, bu harcamaları dolaylı olarak ödemektedirler.

11.3.2 Psikolojik Etkiler

Radyo ve televizyonun kişinin toplumsal yaşamına olan etkileri yanında, onun ruhsal durumuna etkisinden de söz edilebilmektedir. Sosyo-psikolojik etkiler olarak da adlandırılabileceğimiz bu etkiler özellikle, görüntü unsurunun da yer almamasından ötürü, radyoda daha belirgindir. Radyonun yalnız ses unsuruna dayanması kişi de, bu unsura dayanan hayal gücünün çalışmasına neden olmaktadır. Kişi, sesin kendisine verdiği mesajı kendi algılamasına göre biçimlendirir ve yorumlar. Özellikle, dramatize programlarda hayal gücünü çalıştırma daha yoğundur. Televizyon yayınlarında bu etki ise, mesajlar görüntülü olarak verilmesinden ötürü, daha azdır. Bu kez hayal gücünün fazla çalışmamasına karşılık dikkatin odaklaşması gibi bir başka psikolojik durumla karşılaşılmaktadır. Bu ise, başka şeylere dikkatin azalmasına, sinirlerin uyuşmasına, pasifleşmeye, zihinsel bir tembelliğe yol açmaktadır. İngiliz araştırmacı W. Belson, 1957 yılında yaptığı bir araştırmasında televizyonun, izleyicinin ilgisini, hareketliliğini ve girişimini azalttığı sonucuna varmıştır. Aynı sonuçlar Hamilton ve Lawless adlı iki araştırmacının 1958 yılında yaptıkları araştırmalarda da saptanmıştır. Benzer konuda araştırma yapan Amerikalı araştırmacı Gary Steiner ise, televizyon yayınlarının % 49 izleyicide gevşeklik yarattığı, % 13'ünde yorgunluk ve uyku verdiği, % 6'sını tembel ve mutsuz yaptığı sonucuna varmıştır. Steiner aynı araştırmada televizyon yayınlarında izleyicinin % 14'ünün ilgisini çektiğini, heyecanlandırdığını, % 27'sini ise mutlu kıldığını saptamıştır (Belson 1967, Klapper 1960, Steiner 1963).

Radyo ve televizyon yayınlarının kişinin ruhsal durumuna etkisinin bir belirtisi de tutum ve davranışlara etkisinde incelenen, yayınlar arasında yer alan zor ve şiddet içerikli programların kişiyi, özellikle çocuk ve gençleri bu hareketleri

yapmaya yöneltmesi gibi psikolojik etkilerdir. Benzer etki, görsel-işitsel araç olan sinemada da görülmektedir.

11.3.3 Biyolojik (Bedensel) Etkiler

Radyo ve televizyonun bedensel ya da biyolojik etkileri, özellikle son 40 yıldan beri televizyonun yaygınlaşması; kanal sayısının ve yayın sürelerinin artması ile ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırmalarda ve gözlemlerde televizyonun kişi sağlığına zarar verdiği; örneğin göz bozulması, mide bulantısı, baş dönmesi, sara nöbetleri, sinir bozuklukları gibi hastalıklara neden olduğu saptanmıştır. Özellikle, sürekli izlemenin vücudun atıl olarak, hareketsiz bir durumda saatlerce kalmasına, bundan ötürü sindirim bozukluklarına neden olabileceği açıktır.

Özetlemek gerekirse, radyo ve televizyonun kişi üzerinde ses ve görüntünün özelliklerinden ötürü toplumsal, ruhsal ve bedensel etkileri görülmektedir. Bu etkiler izleyicinin cinsiyeti, yaşı, eğitimi, mesleği, kültür ve gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

BÖLÜM 12:

İZLERKİTLE ARAŞTIRMALARI

Araştırmasız yayın, hedefsiz atışa benzer. Radyo ve televizyon yayınlarının izlerkitleye etkisi, bu yayınların amacına ulaşıp ulaşamadığı, bu konularda yapılacak araştırmalarla saptanabilir. Ünlü iletişimci Schramm, 50-55 yıl önce kitle iletişim araçlarının ve özellikle elektronik medyanın, toplumların eğitim ve kültür düzeylerinin yükseltilmesinde önemli görevleri olduğu savını ileri sürerken, kitle iletişim araçları yolu ile gönderilen mesajların etkili olabilmesi için öncelikle, *'izleyiciyi tanımanın, bilmenin'* önkoşul olduğunu söylemiştir. Bunun için de mesajın gönderileceği doğru zamanın seçimi, kullanılacak dilin anlaşılabilmesi için doğru seçim, alıcının tutum ve değerleri ve içinde yer alması istenilen küme standartları ile ilgili bilgilerin bilinmesi gerekir. Bu ise, yüzyüze yapılan iletişimde oldukça kolay olmakla birlikte, kitle iletişimi ile yapılan iletişimde çok zordur (Schramm, 1954, s. 121-127).

12.1 İlk Araştırmalar

Elektronik kitle iletişim araçları ile yapılan ilk araştırmaların tarihine bakıldığında, öncelikle özel girişim yayıncılığının başladığı ABD'de başladığını ve ilk araştırmaların da radyo ile ilgili olarak yapıldığı görülür. Ticari amaçlarla yapılan bu araştırmalar, izlerkitle görünümünü / profilini ve radyonun dinleyici üzerindeki etkisini ortaya çıkarma amacıyla yapılmıştır.

Radyonun etkisiyle ilgili ilk araştırmalar olarak söz edilmesi gereken en önemli araştırmalardan biri, Orson Wells'in *"Marslıların istilası"* adlı oyununun radyoda oynanmasından sonra gelişen toplumsal paniği araştıran araştırmalardır. Bu radyo oyununun gerçekmiş gibi hemen etki göstererek dinleyicileri yollara dökmesi, iletişim araştırmalarının miladı olarak alınabilir. Çünkü radyo, bu yayınıyla toplumları

etkilemedeki gücünü göstermiş ve bunun nedenleri pek çok araştırmaya konu olmuş; kitle iletişimi araştırmalarıyla ilgili literatürü de geçmiştir (Cantrill, 1938). (bkz. Kutucuk 4).

Kutucuk 4:
Radyonun Etkisi; Marslıların İstilası

İngiliz yazar H. G. Wells'in Marslıların Dünya'yı işgalini anlatan bilimkurgu romanı ***Dünyaların Savaşı*** *(The War of the Worlds), ABD'nin önemli network kanallarından CBS (Columbia Broadcasting System) ve ona bağlı 92 yerel kanalından "Mercury Tiyatrosu Yayında" (Mercury Theatre on the Air) adlı bir tiyatro dizisinin 30 Ekim 1938 tarihindeki yayınında radyoya uyarlanarak yayınlandı.*

Roman, Marslıların dünyayı önceden gönderdikleri makineleri çalıştırarak istila etmelerini; yakıp yıkmalarını ve insanları öldürmelerini dünyada olan bir virüsün yol açtığı hastalıktan ölmelerini konu almaktadır.

Romandan oyunlaştırılan radyo oyununda, yönetmen ve oyuncu Orson Welles bu olayı bir haber bülteni şeklinde anlatımla gerçekleştirmektedir. Oyuna sohbet ve müzik yayınıyla başlanmakta, zaman zaman haber verme amacıyla kesilerek ve yerinden canlı yayın bağlantısı yapılıyor şeklinde kurgulanarak, Marslıların özel ışık saçan araçlarıyla ABD'yi istilası haberi verilmektedir. Yayının başında bunun bir oyun olduğu şeklinde yapılan anonslara rağmen, oyunun haber şeklinde verilmesi, hem dinleyenleri ve hem de özellikle bu anonsu duymayan radyolarını yeni açan çok sayıda radyo dinleyicisinin paniklemesine; dünyanın gerçek bir Marslı istilası tehdidiyle karşı karşıya olduğuna inanmasına ve Marslıların istilasından kurtulmak için önlemler almalarına yol açtı.

Bu yayınla, izlerkitlesi düşük olan Mercury Canlı Yayın Tiyatrosunun ve o zamana kadar çok bilinmeyen Orson Welles'in ünü artı. Konuyla ilgili pek çok sosyolojik ve psikolojik araştırmalar ve belgeseller yapıldı. Denilebilir ki "Marslıların İstilası" adlı radyo oyunu, Dünya yayıncılık tarihinde radyo yayınlarının etkisini göstermesi açısından son derece önemli bir drama yayınıdır.[62]

62 Konuyla ilgili belgesel film ve ayrıntılı bilgi için bkz.
http://tr.wikipedia.org/wiki/D%C3%BCnyalar_Sava%C5%9F%C4%B1
http://www.uzaybilim.net/2013/01/marsllarn-istilasn-radyodan-sunan.html
http://bugraderci.blogspot.com/2012/11/radyonun-gucu-orson-wellesin-sunumuyla.html

1930'lu yıllarda ABD'de kitle iletişimi araştırmalarında, *"Rönesans dönemi"* olarak anımsanacak değişmeler olmuş; ilgi, bu kez politika, propaganda ve radyo üçlüsünün oluşturduğu bir alana kaymıştır. 2. Dünya Savaşı sırasında önce *Harold D. Lasswell* ve arkadaşları (Lasswell 1948), politika kuramları çerçevesinde İletişim sorunlarını gözlemleyerek yeni konular, yeni yöntemler ve yeni kümelendirmeler yaparak politika ve iletişim ilişkisini açıklamaya çalışmışlardır. Lasswell, kuramsal yapı içerisinde özgürlük, demokrasi, faşizm, komünizm gibi siyasal kavram ve simgeler ile siyasal değerlerin gerçekleştirilmesinde kullanılan şiddet, tartışma, simge değişimi, rüşvet gibi yöntemler üzerinde araştırmalar yapmış, ilişkileri ortaya koymaya çalışmıştır.

Yine bu yıllarda radyo ile ilgili farklı araştırmalar da yapılmıştır. Radyoda yayınlanan *"soap opera"* dizileri, yarışma programları (Herzog 1940, 1944) ve radyonun siyasal tutum ve davranış üzerindeki etkilerini ölçmeyi amaçlayan araştırmalar (Lazarfeld, 1968) yapılmıştır. Bunlardan iletişim araştırmaları literatürüne de geçen bir araştırmadan söz etmek gerekir. 1940 yılında yapılan ABD Başkanlık seçimleri sırasında Amerikalı araştırmacı Paul Lazarfeld tarafından ABD'de Erie (Ohio) bölgesinde yapılan bir araştırmada ilk kez 'panel tekniği' kullanılmış ve radyodan verilen siyasal propaganda konuşmalarının seçmen davranışı üzerindeki etkileri, araştırma süresince seçilen panel grubuna 1.5 ay arayla, 6 kez panel soruları uygulanarak saptanmıştır.

Yayınla ilgili olarak yapılan izleyici araştırmalarında üzerinde durulması gereken bir diğer araştırma türü, izleyici profili ve yayınların izleyici üzerine etkisi ile ilgili araştırmalar yanında, konu ve araştırma tekniği olarak farklı bir araştırma türü olan, verilen mesajların çözümlenmesi ve bunun için kullanılan "içerik çözümlemesi" ve "söylem analizi" ile ilgili araştırmalardır. Daha çok bilimsel amaçlı yapılan bu araştırmalarda, radyo ve televizyonda verilen mesajlar çeşitli kriterlere göre incelenmektedir [63] (Aziz, 2011).

Gerek izleyiciyi tanımayla ilgili olarak yapılan araştırmalarda, gerekse yayınların etkilerini saptama amacıyla yapılan araştırmalarda farklı şeyler araştırılmakla birlikte, kullanılan yöntemler yönünden benzerlik vardır. Zaman içerisinde bu konuda, teknolojinin de yardımıyla en ileri düzeyde olan ABD'de bile araştırma

63 Günümüzde izleyici araştırmaları konusunda panel tekniğinin kullanılarak yapılan sürekli araştırma, BBC'nin Denizaşırı Yayınlarının (Overseas Broadcasting) izlenmesi ile ilgili olarak yapılmaktadır. Konu ile ilgili yapılmış bir derleme için bkz. Aziz 1985.

yöntem ve tekniklerinde de değişmeler, gelişmeler olmuş ve iletişim ve özellikle medya ile ilgili olarak yapılan tüm araştırmaları da etkilemiştir.

12.2 Araştırma Türleri

Günümüzde farklı ülkelerde kullanılan izleyici araştırma türlerini yayın öncesi, yayın sırası ve yayın sonrası olarak üç grupta toplayarak inceleyebiliriz.[64]

- Yayın öncesi program ön araştırmaları
- Yayın sırası araştırmalar
- Yayın sonrası araştırmalar

Yukarıda belirtilen araştırmalara ek olarak bir başka araştırma türü de, radyo ve televizyon alıcı ve verici sayıları ile ilgili araştırmalardır. Bu tip araştırmalar her ne kadar dinleyici-seyirci araştırması türüne girmiyorsa da, belirtilmesinde yarar vardır. Bu araştırmalar daha çok istatistiksel yönden bilgi almak için devlet kurumlarınca ya da belirli uluslararası örgütlerce yapılmaktadır.

Bu tür araştırmalarda ülkelerdeki radyo-televizyon verici ve alıcı sayıları ile her yüz ya da bin kişiye düşen alıcı sayısı da saptanır. Ancak, bu araştırmaların her zaman çok güvenilir olduğu, gerçeği tam olarak yansıttığı söylenemez.

12.2.1 Yayın Öncesi Program Araştırmaları

Program ön araştırmaları, gerek yayın elemanlarının ve gerekse program planlaması yapanların en çok gereksinme duydukları bir araştırma türüdür. Bunda amaç, programların hazırlanmasından önce, programların sesleneceği hedef izlerkitlenin genel bilgi düzeyinin saptanmasıdır. Kuşkusuz, yapılan bu tip araştırmalarda genel bilgi derecesi yanında, hedef izlerkitlenin bilgi, değer ve beceri düzeyi de ölçülür; bir diğer söyleyişle, izleyicinin sosyo-ekonomik görünümü (profili) çıkarılır. Elde edilen araştırma sonucu verilere dayanılarak programların hazırlanması ile hedef dinleyici-seyircinin büyük bir kısmına seslenilmeye çalışılır.

Bu tür araştırmalar, daha çok kamu hizmeti yayıncılığı yapan devletin, hükümetin ya da bu tür yayınları üstlenen çeşitli sivil toplum örgütlerinin elinde olan radyo ve televizyon kuruluşlarının yapacakları eğitsel, kültürel uzun soluklu programların yayınlanmasından önce yapılır. “Projeli yayın” olarak adlandırılan bu tür

64 Çeşitli ülkelerde 1970’lere kadar ilk yapılan izleyici araştırmalan ile ilgili özet bir derleme için bkz. Aziz 1977.

yayınların yapım hazırlıkları sırasında, hedef izlerkitlenin bilgi dağarcığını, programda kullanılan dilin, yaklaşımların, sunuş biçimi ya da formatının ve hedef kitle ile ilgili görüşlerinin saptandığı bu tür araştırmalar, program ön araştırması olarak da algılanabilir. Bu araştırmalar sonucu elde edilen bilgiler, programa yön verir. Örneğin, televizyonda beceri ve uğraşı kazandırmayı amaçlayan okuma-yazma, yabancı dil, resim, yemek yapma öğretimi gibi konularda, yayına hazırlık aşamasında bu tür araştırmalar yapılarak programın en iyi şekilde yapımı tamamlanır.

Elektronik kitle iletişim araçları ve özellikle televizyonun aile yaşantısına, serbest zamana, eğitime ve öğrenmeye, tutum ve davranışlara psikolojik ve sosyal psikolojik ve hatta biyolojik etkilerini konu alan araştırmalar yapılmıştır (Lovery-De Fleur, 1983). Bu tür araştırmalarda, program dizilerinde özellikle eğitim-öğretim ile ilgili ön araştırmalarda çocuk ve gençlik kitlesi ile yetişkin eğitimle ilgili konulara öncelik verilmiştir. Bu konuda özellikle UNESCO, UNICEF, FAO, ILO, WHO gibi uluslararası kuruluşlar ile pek çok -özellikle gelişmekte olan- ülkelerin ulusal radyo ve televizyon kurum ve kuruluşlarıyla işbirliği içerisinde projeli eğitim yayınları yapılarak radyo ve televizyonun etkin olarak eğitimde kullanılması sağlanmıştır[65] (Aziz, 1976).

12.2.2 Programların Anlaşılabilirliğini Ölçen Araştırmalar

Bu tip araştırmalarda bir programın ya da bir dizi programın, normal koşullarda hedef dinleyici-seyirci tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı saptanır. Bu amaçla yapılan araştırmalar, yayından önce olabileceği gibi, yayından sonra da olabilir. Özellikle, UNESCO gibi uluslararası kuruluşlarla, kamu yayıncılığı yapan yayın kuruluşları projeli eğitim programları için bu tür araştırmalar yapmışlardır.

12.2.3 Yayın Sonrası İzlerkitle Araştırmaları

İzleyici araştırmaları ya da toplumsal araştırmalar olarak da adlandırabileceğimiz bu tip araştırmalar, bu kez belli programların yayınından sonra izlerkitlenin yayınları izleyip izlemediği, hangi günlerde ve saatlerde izlediği, bu yayınlara nasıl tepki verdiği ile ilgili olarak yapılır. İzleyici araştırmaları denildiğinde asıl anlaşılması gereken klasik araştırma türü, bu tip araştırmalardır. Bu tip araştırmalar ayrı

65 Asya ve Afrika ülkelerinde yapılan projeli yayınlarda, toplumsal amaçlı olarak izleyici araştırmaları yapılmış ve özellikle yeniliklerin benimsenmesinde "görsel-işitsel" (audio-visuel) araçların etkisi ölçülmüştür.

olarak yapıldığı gibi, sosyolojik araştırmalar içerisinde de yer almaktadır. Özellikle geniş kapsamlı sosyolojik araştırmalarda izlerkitlenin izleme alışkanlıkları ile yayınların izlerkitleye olan etkileri de saptanır. Bu tür araştırmalar da bilimsel amaçlı olarak, yükseköğrenim kurumlarının ilgili alanlarında yapılmaktadır. Bu tip araştırmalar, daha çok "görüşme" (mülakat) yöntemi ile yapılır.

İzleyicinin yayınlara olan ilgisini; izleyip izlemediğini dakika bazında izleyicinin demografik özelliklerine göre ölçen bir diğer ölçüm sistemi, elektronik yolla yapılan ölçümlemedir.

12.2.3.1 İzlerkitlenin Büyüklüğünü Ölçme

İzleyicinin sayısal görünümünü ortaya çıkarmayı amaçlayan bu tip araştırmalar, ilk araştırma tiplerindendir denilebilir. Özellikle, özel girişimci radyo ve televizyon yönetim biçiminin egemen olduğu toplumlarda bu tip araştırmalar düzenli olarak yapılmaktadır. Bu araştırmalarda kimi kez tek bir programın izlenilmesi, kimi kez de tüm programların dinlenilip - seyredilmesi ile ilgi bulgular saptanmaya çalışılır. Kimi kez de bu amaç, yapılan bir radyo - televizyon araştırmasında yan amaç olarak görülebilir. Bu amaçla yapılan araştırmalarda sormaca yöntemi yanında, aletli (mekanik / elektronik) ölçme yöntemleri de kullanılmaktadır. Özellikle son 15-20 yıldır yapılan ve belli programların anında elektronik yolla izleyici sayısını saptamayı amaçlayan ve "reyting" kavramı ile açıklanan araştırma türleri de bu tür araştırmalardandır.

Medya planlamacıları, program planlama ve yapımcıları, reklam ajansları, reklam veren kurum ve kuruluşlar, özellikle ticari firmalar, bu gün eskiye göre giderek artan bir oranda televizyon yayınlarının, kanallarının çoğalması ile bu tür bilgilere gereksinim duymuşlardır. Bu ölçüm tekniğinin bu denli önemsenmesinin nedeni, reklamların yani özel girişimci televizyon kanallarının –buna kamu hizmeti yayıncılığı yapan kanallar da eklenebilir- gelir kaynağı olan reklamların o kanala gelip gelmemesi ile doğrudan ilişkili olmasıdır. Bu hususu şematik olarak vermek gerekirse;

İyi program→yüksek reyting→çok reklam→ çok gelir

Kötü program→düşük reyting→az reklam→az gelir

Burada 'iyi program', 'kötü program' ayrımı toplumun, daha doğrusu örnekleme alınan hane halkının bir gün/gecede izlediği programların yüzdesi ile ilgili

bir durumdur. Yoksa bir programın gerçekten çok iyi ya da kötü olduğunun göstergesi değildir. Bu tür yüksek ve düşük izlenme oranları (reytingler) daha çok televizyon dizilerinin ve eğlence/show programlarının yapılıp yapılmamasını; yayından kaldırılıp kaldırılmamasını etkilemektedir.

Bu tür araştırmalar Türkiye'de 1990'lı yılların başlarında, özel radyo ve televizyonların -Anayasaya aykırı olarak – başlaması ile yapılmaya başlandı.

Kutucuk 5:

Türkiye'de İlk İzleme Oranları Ölçümleri

Türkiye'de 1991 yılında özel televizyon ve daha sonra radyo yayınları, yasalara aykırı olarak, bir 'oldubitti' ile başlatıldı. Böylece TRT'nin yanında çok sayıda önce İstanbul'da, daha sonra ise ülkenin her yerinde özel radyo ve televizyon kanalları hızla yaygınlaştı. Bu durum kanalları, daha çok reklam alma, daha çok para kazanma savaşına soktu. Bunun için de programların izlenme oranları ile ilgili istatistiksel bilgilere ihtiyaç vardı. Avrupa ve ABD'de bu tür ölçümleri yapan bir şirketle (AGB) ile anlaşarak Türkiye'de de bu ölçümlere başlandı.

Bu ölçümün alanı önceleri yalnızca İstanbul'du ve çok sınırlı -ilk ölçümlerde 240 TV alıcısı idi- bir izlerkitleyi temsil ediyordu. İstanbul gibi bir kentte, özel kanalların izlenmesi ise, vericilerin önceleri buralarda olması nedeni ile doğaldı ve izlerkitle sayısı da oldukça yüksekti. Oysa Ülkenin tümü alındığında bu özel televizyon ve radyo kanallarının TRT'nin güçlü ve yaygın yayın şebekesi ile yarışamayacağı açıktı. Ancak, bu sonuçlar tek bir bölgeyi kapsamış da olsa, sanki tüm ülkede yapılıyormuş gibi, özel televizyon kanalları tarafından işlerine geldiği biçim ve içerikte açıklanıyordu. Giderek bu durum, özel kanalların kendi aralarında da rekabete yol açtı. AGB/Anadolu sonuçlarını her kanal kendi yararına yorumluyor ve bunu ekranlarından ya da mikrofonlarından ve yazılı basında gururla açıklıyordu! Bu ölçümlerin doğru dürüst denetimleri de yoktu. Oysa gerçekler böyle değildi. Yasal olmayan bu özel radyo ve televizyon kanalları, haksız rekabete başlamışlardı bile…

12.2.3.2 İzlenme Oranı ve İzlenme Payı

İzlenme oranı (reyting); belirli bir zaman dilimi ve demografik grup dahilinde televizyonda dakika başına düşen ortalama izleyici oranını temsil etmektedir. Bir başka deyişle evrende bulunan her 100 kişiden kaçının bir televizyon kanalını izlediğini ifade etmektedir. Bu kavram genellikle televizyon ve radyo için kullanılır. Gazete için bu konudaki sayısal veri, gazetelerin tirajıdır. Sinema izleyici kitlesi için ise gişelerden satılan bilettir. Reklamcılar, radyo ve televizyon programlarını reklam zamanını satın alırken programların reytingini ölçüt olarak alır ve yüksek reytinglere yüksek fiyat öder.

İzlenme payı (share); *"reyting"* gibi bir televizyon izleme ölçüm terimidir. "İzlenme payı", belli bir zaman dilimi içerisinde bir kanalın toplam izlemeden (reyting'den) aldığı % oranını temsil eder. Eğer tüm izleyenleri yuvarlak bir pasta gibi düşünürsek, her programın izleyicisi bir dilimi oluşturur ya da başka bir deyişle o pastanın bir payıdır. Dilimler genellikle eşit değildir. Her ne kadar izleyici payı değişik genişlikte ise de bu dilimler her programa göre değişir. Programın ilginçliğine göre bu pay büyür ya da başka bir deyişle bu pay programın popülerliğini gösterir.

İzlenme payı her programın, diğer kanallardaki programlarla ya da rekabet içinde olduğu programlarla kıyaslama yapılmasını sağlar. Bu kıyaslamada hangi programın daha çok izlendiğini ortaya koyar. Share, televizyon izleme ölçüm terimi olan reyting ile de yakından ilgilidir. Her iki terim de izleyici ölçümlerinin tahmini ile ilgilidir. Fakat her iki terim de farklı hesaplanır. Share, evrende var olduğu kabul edilen tüm izleyiciler içerisinde o anda televizyonları başında olan (televizyon izleyen) izlerkitlenin tamamından aldığı payı gösterir. Reyting ise, o anda televizyon izlesin izlemesin, evrende var olduğu kabul edilen tüm izleyiciler üzerinden aldığı oranı gösterir. Örneğin "X TV" kanalı yayınında saat 19.00'da ana haber bültenini yayınlıyor. Televizyon izlediği varsayılan toplam kişi sayısını 100.000 kişi olarak kabul edersek ve bu programı 10.000 kişi izliyorsa bu programın izlenme oranı (reytingi) %10'dur. 40.000 kişi ise başka program ya da programları izliyor, bunun dışında kalan 50.000 kişi ise o anda televizyon izlemediği varsayılırsa, televizyon izleyen toplam izleyici sayısı 50.000'dir. Buna göre "Y" programının izlenme payı % 20'dir.

Belli bir zaman dilimi içerisinde izleyicilerin tamamı televizyon izliyor ise izleme oranı (reyting) ve izleme payı (share) eşit olur. Fakat bu hiçbir zaman

gerçekleşmemiştir. Bu yüzden de programın izlenme payı (share), izlenme oranından (reytinginden) her zaman fazla olmuştur. Toplam izlemenin çok düşük olduğu zaman dilimlerinde, izlenme oranı ve izlenme payı arasındaki fark en yüksek orandadır. Sabahın erken saatlerinde yayınlanan bir programın izlenme payı (share) % 30, izlenme oranı (reyting'i) ise % 3 olabilir. Bu zaman diliminde yayınlanan programların rekabet gücü daha yüksektir. Televizyonları başındaki izleyici sayısı az olmasına rağmen o zaman diliminde yayınlanan bütün programlarla daha iyi yarışabilir. Burada programın izlenme oranından (reyting) çok, izlenme payı (share) önem kazanıyor.

Günün herhangi bir bölümünde programların birbiriyle kıyaslanmasında en önemli değer izlenme payı (share)'dır. Gün içerisinde belli zaman dilimlerinde izleyici sayısı genellikle aynı orandadır ya da çok büyük değişiklik göstermez. Dolayısıyla bir program, bu zaman diliminde eğer aldığı izlenme payını artırıyorsa, o zaman dilimindeki diğer programlara karşı üstünlük sağlıyor ya da gücünü artırıyor demektir.

İzlenme payı (share), program trendlerini tanımlamak için de kullanılabilir. Bir televizyonun başarılı programlarının izlenme payının ortalaması, bir televizyon istasyonu, haftanın belli bir gün ve gecesinde üstünlük sağladığını göstermek için başarılı programlarında aldığı izlenme payı ortalamasını gösterebilir.

İzleme payı, televizyon sektörünün trendlerini göstermek için de kullanılabilir. Örneğin, ABC, CBS ve NBC televizyonlarının 1980-81 dönemi programlarının ortalama izlenme payı (share) % 90'dır. Bunun anlamı; izleyicilerin % 90'ı bu dönemde bu üç televizyondan birini izlemiştir. Geri kalan %10 izleyici ise bağımsız televizyon istasyonları, kamu televizyonları ile çok azı da kablolu yayınları tercih etmiştir.

12.3 İzlerkitle Araştırmalarında Yöntem ve Teknikler

Radyo ve televizyonla ilgili olarak yapılan izleyici araştırmalarında çeşitli teknikler, yöntemler geliştirilmiştir. Ancak bu yöntem ve teknikler, özellikle başlangıç yıllarında, genelde toplum bilimlerinde kullanılan araştırma yöntem ve teknikler olmuştur, Zaman içerisinde genelde kitle iletişim araçları, özelde ise radyo ve televizyon yayınlarının verdiği mesajlar, etkileri konularında bu alana özgü araştırma ya da veri toplama yöntem ve teknikleri de geliştirilmiştir.

Araştırmaların ilk başladığı yıllarda bu araştırmalar oldukça basit yöntem ve tekniklerle yapılmakta iken, bugün tekniğin ilerlemesi ile daha karmaşık yöntem ve teknikler kullanılmaya başlanmıştır. Bu tekniklere geçmeden önce, yapılacak araştırmalarda özen gösterilmesi gereken temel hususlara değinmek gerekir.

- Araştırmalarda "izleyici" (dinleyici / seyirci) kavramlarının tanımının çok iyi yapılması gerekir. Bu, gerek araştırma sonuçlarının yorumlanmasında, gerekse araştırma sonuçlarının başka yer ve zamanlarda yapılan benzer diğer araştırmalarla karşılaştırılmasında önemlidir.
- Araştırmalarda alınacak örneklemin, toplumu en iyi biçimde temsil etmesi gerekir.

Bugün toplumların tümünü kapsayacak araştırmaların yapılamaması nedeniyle araştırılacak toplumun küçük bir kesimi alınmakta ve araştırmalar bu kesimde çeşitli yöntemler kullanılarak uygulanmaktadır. Alınan örneklemde genel olarak cinsiyet, yaş, gelir, eğitim, meslek gibi kıstaslar değişken olarak alınmaktadır. Günümüzde örnekleme yöntemleri *"olasılıksız (kota) örnekleme"* ve *"olasılıklı (tesadüfi) örnekleme"* yöntemleri olarak iki temel grupta toplanabilir.

Radyo ve televizyonla ilgili olarak yapılan araştırmalarda kullanılacak yöntem ve teknikler, büyük ölçüde araştırmanın amacıyla ilgilidir. Önce yapılacak araştırmanın amacı saptanır, daha sonra bu amacı en iyi biçimde gerçekleştirecek yöntem ve teknikler bulunur. Örneğin, dinleyici-seyirci genişliğini ölçmeyi amaçlayan bir araştırmada kullanılacak yöntem ve teknikler ile yayınların etkinliğini ölçmeyi amaçlayan bir araştırmada kullanılacak yöntem ve teknikler birbirinden çok farklı olacaktır.

Radyo ve televizyonun topluma hizmet vermeye başlamasından bu yana kullanılan yöntem ve teknikler şöyle özetlenebilir:

12.3.1 Telefonla Ölçme Tekniği

İlk kez ABD' de kullanılan bu yöntemle, yayın anında, önceden seçilmiş telefonu olan evlere telefon açılarak, o andaki yayının izlenip izlenmediğinin araştırılmasıdır. Özellikle, radyo yayınlarının başladığı yıllarda yaygın olarak yapılan bu araştırmada amaç, dinleyici genişliğinin saptanmasıdır. Yöntem daha sonraki yıllarda televizyon içinde uygulanmıştır. Günümüzde de zaman zaman bu tür araştırmalara başvurulmaktadır. Özellikle son on yıldır cep telefonlarının giderek yaygınlaşması

ile yeniden popülerliğini kazanmıştır denilebilir.[66] Telefonla saptama yöntem ve tekniğinin iki zayıf yanı vardır:

Birinci zayıf noktası, araştırmanın telefonu olan bölgelerde; yani çoğunlukla şehir içinde kalması, köylük, kırsal alanlardaki durumu yansıtmamasıdır. Yöntemin ikinci zayıf noktası ise, telefonla alınacak yanıtların (bilgilerin) doğruluğunun araştırılamamasıdır.

12.3.2 Elektronik Ölçümleme

Bu ölçümleme tekniği ile yapılan izleyici araştırmaları, "telefonla ölçme" yöntemi gibi dinleyici-seyirci genişliğini ölçmeyi amaçlayan araştırmalarda kullanılmaktadır. Bu ölçmede, izleyici büyüklüğü anında elektronik yolla saptanmakta ve çok kısa bir zaman sonra da araştırma şirketine bildirilmektedir. Daha çok reklam almada, reklam şirketlerini ve mal ve hizmetini satmak isteyen işverenleri yakından ilgilendiren bu tür araştırmalarda amaç kimlerin, neyi, ne kadar zaman içerisinde izlemiş olduğunun saptanmasıdır. "Reyting" (rating) jargonu ile hem medya diline, hem de halkın konuşma diline yerleşen bu kavram, elektronik ölçümlemeye bağlı olarak televizyon programlarının 'izlenme payı' ve 'izlenme sırası' olarak açıklanabilir. Bu ölçümleme yöntemi, giderek bu araçları üreten ya da uygulayan firmaların adları ile de anılmaya başlanmıştır. Örneğin Amerikan *"Nielsen" ile* İtalyan *"AGB" (Audit of Great Britain)* günümüzde elektronik ölçümleme yapan en yaygın iki şirkettir. Bunlardan AGB firması daha yaygındır.

AGB 1980'li yıllarda Avrupa'da bu tür ölçümlere başlamış, kısa zaman içerisinde ise tüm Avrupa'da yaygınlaşmıştır. *TAM (Television Audience Measurement)* programı ile izlerkitle araştırmalarını yapan AGB, her ülkeye lisans vermekle birlikte sistemin denetlenmesini de tarafsız kuruluşlara bırakmıştır.

Teknik olarak incelendiğinde ise televizyon izlerkitle ölçümleme sistemi, *"peoplemeter"* adlı bir aletin, örneklem sonucu belirlenen belli kriterleri taşıyan istekli evlere takılması ile çalışmaktadır. Bu tür elektronik ölçümlemede izleyicinin demografik özelliklerinin bilinmesinin yanında, kimin hangi programları, ne kadar

66 Radyo ve televizyon kanallarının cep telefonlarını, eski klasik yönemde olduğu gibi yayınların izlenip izlenmediğini saptamak amacı ile değil, özellikle çeşitli televizyon yarışmalarında izleyicilerin jüri üyesi olarak katılımlarını sağlamak amacı ile kullanmaktadırlar. Bu durumda, televizyon kanalları, cep telefonları servis sağlayıcıları ile anlaşarak izleyici üzerinden para kazanmaktadırlar. Bu durum giderek yaygınlaşmış; uluslararası şarkı yarışmalarında bile bu yolla halk jürilerinin oyları istenmektedir. Bu tür kamuoyu tercihlerinin belirlenmesinin ne kadar etik olduğu da tartışılmalıdır.

süre ile izlediği de saptanabilmektedir. İzleyicinin en önemli örneklem ölçütü ise "A", "B", "C" ve "D" gelir gruplarına göre ayrılmış olması ve sonuçların raporlar halinde abonelere gönderilmesidir (ITV, t.y ve www.agb.com).

Elektronik izleyici araştırmasının nasıl yapıldığı ile ilgili bilgileri, sistemin Türkiye'deki uygulamaları dikkate alarak açıklamak gerekir.

12.3.3 Türkiye'deki Televizyon İzleme Ölçümleri

Türkiye'de televizyon izleme ölçümleri, uzun süre *AGB Anadolu A.Ş.* adlı uluslararası bir şirket tarafından yürütülmüştür. Türkiye dışında 30 ülkede televizyon ölçümleri yapan İtalyan AGB'sine bağlı olarak 1989'da Türkiye'de kurulan AGB Anadolu A.Ş., Reklamcılar Derneğine bağlı olarak oluşturulan *"Televizyon İzleme Araştırma Komitesi"*nin *(TİAK)"*ın[67], televizyon ölçümleri konusunda 1992'de açtığı ihaleyi kazanmış ve ilk resmi ölçümlemeyi 1993 yılında yapmıştır.[68] 2004'te sona eren sözleşme yine TİAK tarafından uzatılmıştır.

AGB Anadolu'nun 1993'de 440 hanede başlayan ölçümleri 1994'de 660, 1995'de 1000 ve 1997'de 1300, 1998'de 1630, 1999'da 1951'e, 2005 tarihinden itibaren izleme ölçümleri 2201 haneye çıkarılmıştır. Bugün örnekleme alınan panel haneleri 21 il merkezinde ve bu il merkezlerinin 20.000 nüfus üstü kent ve ilçelerinde yapılmaktadır. Bu sayı, bölgelerdeki telefon ve televizyonlu 10.671.910 hanedeki 5 yaş üzeri 38.935.633 kişiyi temsil etmektedir. (www.agbanadolu.com.tr).

Genelde AGB'nin, özelde ise Türkiye'deki uygulaması ile ilgili olarak 6 aşamalı bir çalışma yöntemi vardır. Bunlar;

- Veri Tabanı Araştırması
- Panel Ailelerinin Seçimi
- İzleyiciölçer (Peoplemeter) takılması
- Veri Aktarımı

67 1992 yılında medya piyasasını temsil eden reklam veren firmalar, reklam ajansları ve TV kanalları temsilcileri Türkiye'de gerçekleştirilen TV İzleme Ölçüm Araştırmalarını denetlemek ve etkin kullanımını sağlamak amacı ile biraraya gelerek TİAK'ı oluşturdular. TİAK, uluslararası araştırma şirketlerine yönelik açtığı ihale sonucu AGB Anadolu'yu ülkemizde TV izleme araştırmalarını gerçekleştirecek ve sunacak araştırma şirketi olarak seçti.

68 AGB, TİAK adına ölçümlemeye başlamadan önce, 1989 yılında ilk ölçümlemelerine başlamıştır. Anayasaya aykırı olarak başlayan ilk özel televizyon kanalı olan Star Televizyonu ve onu izleyen diğer televizyon yayınlarının halk önünde meşrulaştırılması amacıyla İstanbul'da 150 dolayında hane örnekleme alınarak çok sınırlı bir izleyici kitlesi üzerinde yapılmıştır. Bu sayı daha sonraları yıllara bağlı olarak 1991'de 220, 1992'de de 330'a çıkarılmıştır.

- Veri Üretimi
- Verilerin Müşteriye sunumu aşamalarıdır.

Ø **Veri Tabanı Araştırması**

AGB Anadolu izleyici paneli oluşturmak için, ölçüm yapılacak kentlerde bir veri tabanı araştırması yapılır. TV izleme ölçümünün ilk aşaması olan veri tabanı araştırması tüm ölçüm sisteminin temelini oluşturmaktadır. Bu araştırma AGB Anadolu'nun belirlediği bir araştırma şirketi tarafından yapılır ve bölgede yaşayan insanların demografik özellikleri ve sosyo-ekonomik statüleri hakkında ayrıntılı bilgi toplanır. Böylece panelin oluşturulacağı bölgede yaşayan insanların yaş, cinsiyet, eğitim, meslek ve aile büyüklüğü gibi özellikleri de elde edilir.

Ø **Panel Ailelerinin Seçimi**

Veri tabanı araştırması sonuçları, TİAK ve denetçisi tarafından değerlendirilir ve ardından söz konusu bölgenin yapısını temsil etme yeteneğine sahip ailelerden oluşan bir izleyici paneli oluşturulur. Burada örnekleme alınan evlerin kendi istekleri ile bu çalışmaya katılmaları esastır.

Ø **İzleyiciölçerin Takılması**

Panel ailelerinin evlerinde bulunan tüm televizyonlara, izleyici ölçümünü gerçekleştirecek AGB Anadolu tarafından izleyiciölçer (peoplemeter) aleti takılır. Bu alet üç elektronik üniteden oluşur.

- Frekans detektörü: Televizyon setinin içine monte edilen, kibrit kutusu büyüklüğünde bir cihazdır. İşlevi, TV açıldığında hangi kanaldan hangisine geçildiğini tespit ederek bu bilgileri izleyiciölçer (peoplemeter)'e göndermektir.
- Kumanda Cihazı: Bu cihaz televizyonu açıp kapama ve kanal değiştirme gibi işlevlere sahip değildir. Cihazın fonksiyonu, hangi bireylerin televizyon izlediğinin belirlenmesidir. Cihaz üzerinde 8 adet düğme vardır. Evdeki her aile bireyine bir numara tahsis edilmiştir. Örneğin 1 numaralı düğme babanın, 2 numaralı düğme annenin, 3 ve 4 numaralı düğme çocukların gibi. Aile bireyleri, televizyon izlemeye başladıkları anda ve izlemeyi bıraktıkları anda kumanda cihazında kendilerine ait düğmeye basarlar.

- İzleyiciölçer (peoplemeter): İzleyiciölçerde bulunan timer (zaman) ünitesi ile hangi saatte televizyonun açılıp kapandığı tespit edilir. Peoplemeter; frekans detektörü ile kumanda cihazından gelen bilgileri depolar ve bu bilgileri 'timer' ünitesinden gelen bilgilerle birleştirerek kimin hangi saat ve dakikada hangi kanala geçildiğini ve hangi sürelerde izlendiğini otomatik olarak ölçümler. Televizyonun üzerine konulan izleyiciölçerin küçük bir göstergesi vardır. TV açıldığında cihaz üzerinde "kimler seyrediyor?" sorusu ile yanıp sönen 8 adet rakam görülmektedir. Bu uyarının ardından TV izleyen bireyler kumanda cihazında kendilerine ait düğmeye bastıkları zaman o bireylere ait numaralar yanmaya başlar. Örneğin 1 ve 3 numaralı aile bireyleri televizyon seyrediyor ve düğmeleri de basılmışsa, o numaralar cihaz üzerinde belirir. Ayrıca 9 dakikada bir "aynı kişiler mi?" sorusu görülür. Böylece aile bireyleri izlemeyi bitirme ve başlama anlarında kişisel düğmelerine basmaları konusunda uyarılmış olurlar.

Ø **Veri Aktarımı**

AGB Anadolu ana bilgisayarı her gece 02:00 ile 06.00 arasında modem kanalı ile panel hanelerindeki izleyiciölçer (peoplemeter)'ler ile bağlantı kurarak verileri almaktadır. Bir haneye ait veriler ortalama 15 saniyede transfer edilmektedir. Veri aktarımı sırasında telefon çalmamakta ve aileler hiç bir şekilde rahatsız edilmemektedir.

Ø **Veri Üretimi**

AGB Anadolu'nun TV izleme ölçümünde kullandığı Pollux yazılımı *AGB Media Services* tarafından geliştirilmiştir. Kendi kalite kontrol mekanizmasına sahip olan ve insan müdahalesine kesinlikle izin vermeyen program, TV izleme ölçümlerinin en güvenilir ve kaliteli şekilde yapılmasını sağlamaktadır. İzleyiciölçer (peoplemeter)'lerden gelen bilgiler Pollux yazılımı tarafından kalite kontrol mekanizmasından geçirilerek raporlanır. Böylece bir önceki güne ait zaman dilimi bazında izleme verileri sabah saat 10.00'da abonelerin kullanımına hazır hale gelmektedir. AGB'nin TV izleme ölçümü yaptığı tüm ülkelerde Pollux'un kullanılması, uluslararası standartlaşmayı ve kaliteyi beraberinde getirmektedir.

AGB Anadolu bünyesinde, programların başlangıç ve bitiş saatleri 'saat, dakika, saniye' bazında ölçen bir program ünitesi bulunmaktadır. Bu ünitede, raporlanan

TV kanallarının yayınları 24 saat boyunca videoya kaydedilir. Bu özel videolar kayıt yaparken tarih ve saat bilgilerini ekran üzerinde gösterebilme özelliğine sahiptir. Ünite elemanları ertesi gün bu kayıtları deşifre ederek program ve reklam kuşaklarının başlangıç ve bitiş saatleri ile program isimlerini ve türlerini ana bilgisayara kaydederler. Bu bilgiler ile izleyiciölçer (peoplemeter)'lerden gelen aynı saatlerdeki izlenme oranları birleştirilerek *'program ve reklam kuşaklarının izlenme oranı'* elde edilir. Böylece kanal kanal, dakika dakika ve program izleme ölçümü verisi elde edilmiş olur.

Ø **Verilerin Müşteriye Sunumu**

Müşteriler, bir gün öncesine ait TV izleme ölçüm sonuçlarını, AGB Anadolu Web sitesinden, kendilerine ait kullanıcı adı ve şifresi kullanarak bilgisayarlarına aktarabilirler. AGB Anadolu'nun müşterilerine sunduğu dakika dakika, kişi kişi TV izleme ölçüm verilerinin derinlemesine analiz edilebilmesi için özel yazılımlar gerekmektedir.[69]

Ø **AGB'nin Kullandığı Analiz Programları**

TV izleme ölçümlerinde kullanılan temel kavramlar izleyiciölçer cihazlarından elde edilen veriler, dakika dakika, ne tür izleyicilerin, hangi kanalları izlediği veya izlemediği bilgisini sağlamaktadır. Bu detaylı verilerin müşterilerin ihtiyaçlarına göre derlenip, okunabilir veya sorulara cevap verebilir hale getirilmesi gerekmektedir. Aşağıda açıklanan kavramlar temel raporlamalarda kullanılmakta, ancak daha detaylı analizler müşterilerin kullanımına sunulan bilgisayar paket programları TeleMonitor, Kubik ve TeleSpot ile mümkün olmaktadır.

Ø **İzleyiciölçer Tekniğine Getirilen Eleştiriler**

Teknik olarak incelendiğinde televizyon izleyici ölçümleri (TAM),

"izleyiciölçer" (peoplemeter) adlı bir aletin, veri araştırması sonucu belirlenerek örneklem alınan hanelerin, istekli olmaları durumunda evlerindeki televizyonlara

69 AGB Grubu tarafından geliştirilen AGB Workstation yazılımları; TeleMonitor, Kubik ve TeleSpot programlarıdır. Bu programlar müşterilerin veri analizi alanındaki tüm ihtiyaçlarını eksiksiz karşılamak için üretilmiştir. AGB Anadolu, müşterilerine bu yazılımları kolay ve etkin kullanabilmeleri için eğitimler de vermektedir. Ayrıca her ay, bir önceki aya ait verilerin bulunduğu veri CD'leri müşterilere gönderilmektedir.

takılması şeklinde yapılmaktadır. Bu tür elektronik ölçümlemede panel üyesi izleyicilerin demografik özelliklerinin bilinmesinin yanında, kimin hangi programları, ne kadar süre ile izlediği de saptanabilmektedir. Bu bakımdan bu ölçümlemenin hem niteliksel, hem niceliksel özelliklerinden söz edilmektedir. Bu tekniğin en önemli özelliği ise çok kısa zaman içerisinde, izlerkitlenin sayısal büyüklüğünü dakika bazında, kanal kanal verebilmesidir. Ancak, bu ölçüm sisteminin zayıf, eleştirilen tarafları da vardır. Bu eleştiriler şöyle sıralanabilir:

- İzleyiciölçer (peoplemeter) alan panel üyelerinin hangi kanalı, hangi saat ve dakikalarda izledikleri saptanmakla birlikte, programları ne kadar ilgi ile izlediğinin, anlayıp anlamadığının bilinmesi imkansızdır.
- Kanalın açık olmasına rağmen, o anda o panel üyesi tarafından izlendiği de kuşkuludur. Panel üyesi kumandadaki kendisine ait düğmesine basmakla birlikte, televizyonun bulunduğu yeri terk etmiş olabilir ya da başka bir işle uğraşıyor, örneğin telefon ile konuşuyor olabilir
- Örnekleme alınan 'C' ve 'D' grubunda yani düşük gelir düzeyinde olan örneklem hanelerinde, televizyon alıcıları büyük ölçüde tek olacağına göre, başka kanalları izlemek isteyen aile bireylerinin gerçek izleme durumlarının saptanması olanaksız olacaktır. Özellikle de, geleneksel aile tipinin yani babanın /erkeğin egemen olduğu bu tür aile yapısında diğer bireylerin izleme seçeneği de ortadan kalkmış demektir.
- Ölçümlemeye alınan örneklemin tüm toplumu temsilde yeterli olup olmadığı da tartışma konusudur. Bu sistemin uygulandığı ülkelerde, sistemin maliyetinin yüksek oluşu nedeni ile örneklem sayısı çok küçük tutulmuş, ancak sonuçları tüm toplumu temsil ediyor biçiminde verilmiştir. Günümüzde bile bu örneklemin yeterli sayıya ulaşıp ulaşmadığı konusunda kuşkular vardır. Tüm bu hususlar, bu ölçümleme tekniğine güvensizlik yaratmıştır.
- Örnekleme alınan haneler, telefonu ve nüfusu yüksek olan –örneğin Türkiye'de 20 binin üzerinde olan yerlerde – yerleşim yerlerinden alınmaktadır. Bu durum ise düşük gelirli ve özellikle kırsal kesimlerde oturan nüfusun temsil edilmemesi anlamına geleceği açıktır.
- Sisteme getirilebilecek en önemli eleştirilerden bir diğeri de örnekleme alınan panel üyelerinin, günümüzde televizyon yayınlarının karasal, kablolu, dijital, çanak anten, Internet ve ödemeli (Pay TV) üzerinden yapılan

yayınların hangisini izlediği hususudur. Bu yayınım sistemlerinden karasal vericilerden yayın alanların durumu ve izleme alışkanlıkları, karasal vericilerden gelen yayınlarla sınırlı olacağından, izleyecekleri kanallar ve dolayısıyla programlarla, kanal sayısı 1000'lere ulaşan çanak antenler ya da 100'ü aşan dijital servislerin yayınlarını izleme olanağı bulunan panel üyelerinin izleme alışkanlıkları farklı olabilecektir.

12.3.4 Görüşme (Anket) Yöntemi ve Tekniği[70]

Görüşme yöntem ve tekniği, radyo ve televizyon programlarının yayınlanmasından sonra yapılan, bu yayınların izlenmesini ve etkisini ölçme ile ilgili olarak uygulanan bir yöntem ve tekniktir. En yaygın kullanılan yöntem ve teknik olarak, çeşitli örneklem yöntemleriyle seçilmiş deneklere, hazırlanan sormaca (anket) üzerinden sorular sorulması ve cevapların alınması temeline dayanır. Bu yöntemde gerek soruların yanıtlanması, gerek soruların kapsadıkları konular ve gerekse yapılış zaman ve sıklığı bakımlarından farklıklar vardır.

Soruların hazırlanma tekniği: Araştırmanın amacına ve konuya bağlı olarak ankette yer alacak soruların niteliği de farklılık gösterir. Kimi görüşmelerde her soru ayrıntılı olarak ve dizgeli olarak hazırlanır ve seçilen örnekleme sayısal veri elde etmek üzere, anket uygulanır. Klasik olan ve özellikle de bilimsel çalışmalarda, programların etkilerini araştırmak üzere hazırlanan anketler bu tür anketlerdir. Bunun dışında "*serbest görüşme", "derinlemesine görüşme" ile* "*odaklaştırılmış görüşme"* gibi soru sorma tekniği ile yapılan anket uygulamaları vardır. Bu tür görüşme tekniğinde genel bir çerçeve çizilir, soruların düzenlenmesi görüşmeciye bırakılır. Görüşmeci, belirtilen konu sınırı içinde kalma koşulu ile soruları kendisi düzenler. Sorular yayınla ilgili konularda ayrıntılı bilgi alacak biçimde düzenlenir. Ancak, her sorulan soru bağımsız değil, belli bir durumun ortaya çıkmasına yardım edecek biçimde, bir bütünün parçacıkları niteliğindedir.

Uygulama sayısı: İzleyici etki araştırmalarında çoğu kez anket uygulaması tek olarak yapılır ve her defasında farklı programların ya da kanalların izlerkitle üzerindeki etkisi araştırılır. Ancak, kimi durumlarda, örneğin projeli eğitsel yayınlarda programların etkinliğini ölçmeyi amaçlayan araştırmalarda "*önce ve sonra yöntemi"* ile yayınların etkisi ölçülür. Bu tür görüşmede, araştırılacak örnekleme, yayından önce ve sonra olmak üzere, iki kez sormaca uygulanır. Amaç, yayınlanan

70 Anketin hazırlanması ve uygulanması ile ilgili geniş bilgi için bkz. Aziz, 2011, s. 93-117.

programın dinleyici-seyirci üzerinde ne gibi etkisi olduğunu ortaya çıkarmaktır. Ancak, burada özen gösterilmesi gereken husus, yayın dışındaki etkenlerin varlığının sıfıra indirgenmesidir.

Bu sistemin kontrol grubu bir örneklem alınarak yapılan biçimi ise "*kontrollü önce ve sonra yöntemi"* olarak adlandırılır. Bu yöntem, yayın dışındaki gerek orijinal ve gerekse diğer etkenlerin varlığını yok etmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir. Örneklemin hemen hemen benzeri bir kontrol grup örneklem daha alınır ve yayından önce her iki gruba da aynı sormaca uygulanır. Yayından sonra da yine aynı sormaca her iki örnekleme —yayını izleyen ve izlemeyen kontrol örnekleme— uygulanır. Her iki örneklem arasında verilen cevaplardaki fark, izlenen programın etkisi olarak alınır.

Cevaplama tekniği: Görüşmede kullanılan anketin kimin tarafından doldurulacağı hususunda da farklılıklar vardır. Anketlerin doğrudan örnekleme çıkan izleyici tarafından doldurulması olabilirken, anketör tarafından soru-cevap şeklinde de uygulanabilir. Hangi tekniğin kullanılacağı ise, araştırmanın bütçesine, zamana ve emeğe bağlı bir husustur.

12.3.5 Grup Testleri Yöntemi

Bu yöntemde 40-50 kişilik küçük gruplar üzerinde araştırma yapılır. Kontrollü gruplar kurulur. Araştırma için gruplar araştırma merkezine çağrılırlar ve orada yayından önce ve sonra gruplara test (sormaca) uygulanır. Cevaplarda meydana gelecek fark, yayının etkisi olarak saptanır. Bu yöntem oldukça kolay olup fazla harcamayı gerektirmez. Bu sisteme benzer bir diğer yöntem *ise "Küçük Tartışma Grupları Yöntemi"*dir. "Panel" adı da verilen bu yöntemde 5-8 kişilik çok küçük gruplara, araştırma merkezlerinde etkinliği ölçülecek programlar izlettirilir. Sonra da bu program hakkında tartışma açılır. Özellikle, programların yayınlanmasından önce yapılan bu tür araştırmalardan sonra hazırlanan programların hedef izleyiciye seslenip seslenemeyeceği ortaya çıkar ve program yayınlanmadan gerekli düzeltmeler yapılır.

12.3.6 İzleme Merkezleri Yöntemi

Daha çok kırsal kesimlerde ve kentlerin geri kalmış bölgelerinde uygulanan bu yöntemde, *"Forum"* adı verilen izleme merkezleri kurulur. Bu merkezlere, küçük toplumlar olduğu için yaşayan yetişkin nüfusun hemen hemen hepsi çağrılır. Yayınlar konuyla ilgili bir koordinatör başkanlığında birlikte izlenir; yayının sonunda

programdan ne anlaşıldığı, nelerin eksik olduğu belirtilir ve elde olunan veriler, daha sonraki programlara ışık tutmak üzere yayın merkezlerine gönderilir. Daha çok pilot bölgelerde projeli eğitici ve öğretici yayınların etkinliğini ölçmek için yapılan bu araştırmalar sürekli olup, proje sonuna kadar sürdürülür.[71]

12.3.7 Günlük Tutma Yöntemi

Günlük tutma (diary) yönteminde örnekleme seçilmiş kişilerden, izledikleri programlar hakkında notlar tutmaları istenir. Tutulan bu notlar posta aracılığı ile araştırma merkezlerine gönderilir. Merkezlerde yapılan değerlendirme sonucunda, izleyicinin yayınlara karşı olan tepkisi ölçülür. Bu yöntemin biraz daha farklı bir biçimi, tamamlayıcı bilgi olarak "izleyiciölçer" (peoplemeter) uygulamasında, panel halkı üyelerinden de istenmektedir.

İzleyici araştırma türleri, değişik ülkelerde kimi farklarla uygulanmaktadır. Özellikle, radyo ve televizyon yayınlarının baştan beri özel girişimin elinde bulunduğu ülkelerde, örneğin ABD'de, bu tür araştırmalar çok sık ve düzenli olarak yapılmaktadır. Radyo ve televizyon yayın kuruluşları çoğunlukla, yayınlarının etkilerini ölçmek üzere, bu konuyla uğraşan araştırma kuruşlarına ya sürekli ya da belli zaman aralıklarıyla araştırma yaptırmaktadırlar. ABD'deki bu tür kuruluşlara örnek olarak Nielsen, Elma Roper, Harris, Gallup, Avrupa'da AGB gibi araştırma kuruluşları verilebilir. Türkiye'de ise, bu tür araştırma kuruluşları çok geç başlamakla birlikte, bir yayın kuruluşu olarak TRT ile PİAR, SİAR, KAMOY, KONDA gibi kamuoyu araştırma kuruluşları, özellikle televizyon yayınlarını başlamasından sonra bu tür araştırmaları yapmışlardır. Bu gün ise izleme alışkanlıkları ile ilgili araştırmalara TRT tarafından devam edilmekte, yukarıda da değinildiği üzere, reyting kaygısıyla yapılan araştırmalar TİAK tarafında yapılmakta, derinlemesine etki araştırmaları ise daha çok üniversitelerdeki akademisyenler tarafından alanla ilgili tez ya da projeli araştırmalar şeklinde yapılmaktadır.

İzleyici araştırmaları ile ilgili olarak özetlemek gerekirse, yayın kuruluşlarının amaçları, işlevleri, bu işlevlerle ilgi yaklaşımları izleyici araştırmalarının da türlerini ve kapsamını belirlemektedir. Ancak, "rekabet" ortamı içerinde bulunan özel kanalların "reyting" nedeniyle reklam pastasındaki yerini sağlamlaştırmak üzere "izleme oranı" (rating) ve "izleme payı" (share) ile ilgili günlük izleyici ölçümlerine sürekli gereksinim duydukları da açıktır.

71 Hindistan ve Afrika ülkelerinde 1960'lı yıllarda radyo ile ilgili olarak yapılmıştır.

BÖLÜM 13:

RADYO - TELEVİZYON YAYINLARINDA HUKUKSAL DÜZENLEMELER VE DENETİM

Radyo ve televizyon yayınlarının denetimi, her ülkenin yönetim biçimine, yapısına, yayınlarda kabul ettiği yönetim sistemlerine bağlı olarak değişir. Merkezi devletlerde denetim merkezileşmiş, tekel durumunda iken, federal yapıda olan ülkelerde denetim merkezi devletten federe yapıya doğru kaymıştır. Ancak, son zamanların gelişen yayın teknoloji ve özellikle de haberleşme uydularından radyo ve televizyon yayınlarının yapılması, son 10-15 yılda ise İnternet yolu ile radyo ve televizyon yayınlarının yapılması, bu konudaki denetimlerin dolayısıyla yasal düzenlemeleri de farklılaştırmış, yayınların denetim işini uluslararası boyuta taşımıştır. Bu bakımdan elektronik yayıncılıktaki denetim olgusunu, ulusal denetimler ve uluslararası denetimler olarak iki ayrı grupta toplamak gerekir. Bir başka gruplandırma ise denetimlerin hukuki dayanaklarının olup olmamasına bağlı olarak yapılan denetimlerdir. Ulusal düzeyde yapılan denetimler üç grupta toplanabilir.

- Yasal denetim
- Sivil toplum kuruluşlarının denetimi
- Öz denetim

13.1 Yasal Düzenlemeler ve Denetimler

Bu tür denetim ülkeden ülkeye uygulanan yayınlarla ilgili hukuk düzenlemeleri ile sınırlıdır. Her ülkenin radyo ve televizyon yayınları ile ilgili az ya da çok, dar ya da geniş kapsamlı yasal düzenlemeleri vardır. Kimi ülkelerde, örneğin Türkiye'de olduğu gibi yayınlar o ülkenin anayasası güvencesine alınmıştır ve buna bağlı olarak

da çeşitli yasal düzenlemeleri vardır. Yayınla ilgili pek çok husus bu yasal düzenlemelere bağlı olarak yürütülür. Özellikle batılı ülkelerde bu tür düzenlemeler önemlidir. Hemen hemen her ülkenin radyo ve televizyon yayınları ile ilgili özel yasaları vardır. Yayınlar yasalarda yer alan bu düzenlemelere göre yapılır. Bu düzenlemelerde de tek bir tipten söz etmek olanaksızdır. Kimi ülkelerde bu durum çok genel çerçevede kalırken, kimi ülkelerde ise yayınlarla ilgili düzenlemeler çok daha ayrıntılı yer almaktadır. Özel girişimci Amerikan sistemini benimseyen ülkelerde genel düzenlemeler dışında fazla düzenleme, denetim görülmez.

13.1.1 Uluslararası Yasal Düzenlemeler

Yayıncılıkla ilgili yasal denetimin temelini uluslararası düzenlemeler oluşturmaktadır. Bu konuda baş bağlayıcı iki hukuk belgesi, *BM İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi*[72] ile Avrupa ülkeleri için *"Avrupa İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Korunması Sözleşmesi"* (AİHS)'dir.[73] Her iki belgede kişinin "ifade özgürlüğü" temel alınmaktadır. Beyannamenin 19. maddesinde şöyle demektedir:

"...Herkes düşünce ve ifade özgürlüğü hakkına sahiptir, bu hakka düşüncelerinden dolayı rahatsız edilmemek, ülke sınırları söz konusu olmaksızın, bilgi ve düşünceleri her yoldan araştırma, elde etme ve yayma hakkına sahiptir..."(Open Society Institut, 2005, s. 95).

Bu beyanname Dünyada 150'den fazla ülke tarafından kabul edilmiştir ve bu ülkeler için ulusal yasaları gibi bağlayıcılığı vardır.

Elektronik yayıncılıktaki uluslararası yasal düzenlemelerden bir diğer önemli belge Avrupa Konseyine dahil ülkeler için geçerli olan "*Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi*" ile *"Görsel – İşitsel Medya Servis Sağlayıcıları Yönergesi"*dir. Bunun yanında yine doğrudan yayınlarla ilgili olarak Avrupa Konseyi'nin Bakanlar düzeyindeki iki tavsiye kararı da vardır. Avrupa konseyi ülkeleri için bağlayıcı olan bu iki karardan biri, 1996 yılında kabul edilen *'Yayıncılık Alanındaki Düzenleyici Kuruluşların Bağımsızlığı ve İşlevleri"*, diğeri ise 2000 yılında kabul edilen *"Kamu Hizmeti Yayıncılığının Bağımsızlığının Güvence Altına Alınması"* ile ilgilidir (Open Society Institute, 2005, s.105-107).

Uluslararası bağlayıcı belgelerin önemli bir kısmı, ülkelerin bağlı oldukları yayın birliklerinin hukuk belgelerinde de görülmektedir.

72 BM Genel Kurulu'nda 10 Aralık 1948 tarihinde ilan edilmiştir.
73 Sözleşme 4 Kasım 1950'de kabul edilmiş, 3 Eylül 1953'de yürürlüğe girmiştir.

13.1.1.1 Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi

*Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi (Contract of European Television without Frontier)***,** Avrupa Konseyi'ne üye devletler ile Avrupa kültür Sözleşmesi'ne taraf olan diğer devletlere açık uluslararası bir sözleşmedir. Sözleşmenin ana amacı, Sözleşmenin "Önsöz "ünde de belirtildiği üzere, daha önce Avrupa Konseyi'nce radyo ve özellikle televizyon yayınları ile ilgili olarak alınan kararları da dikkate alarak, özgür bilgi ve düşünce akışının ve yayıncı bağımsızlığı ilkelerine bağlı kalarak haber, program ve reklamlarla ilgili düzenlemeler getirmektir. Bu Sözleşme, şimdiye değin Avrupa Konseyi'nin elektronik yayıncılık konusunda almış olduğu çeşitli karar ve direktifleri de kapsayan, geniş çaplı ve tarafları bağlayıcı önemli bir belge niteliğindedir.

Sözleşme, 5 Mayıs 1989 tarihinde Avrupa Konseyi'nde kabul edilerek imzaya açılmış; 1 Mayıs 1993 tarihinde ise yürürlüğe girmiştir.[74] Sözleşmede 2005 yılında önemli değişiklikler yapılmıştır. Sözleşme genel olarak televizyon programları ve reklamlarla ilgili düzenlemeler getirmektedir. Sözleşmeyi kabul eden ülkelerde sözleşme iç hukukta yasa düzeyinde geçerlidir. Ülkeler, bu Sözleşmeye uygun olarak yayınla ilgili yasal düzenlemelerini yapmaktadırlar.

Türkiye, Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nin 7 Ekim 1992 tarihinde yani sözleşmenin üyelere imzaya açılmasından 2,5 yıl sonra imzalamış, 1 Mayıs 1994 tarihinde uluslararası düzeyde bağlayıcı bir belge durumuna gelmiş; bir diğer deyişle, Türkiye için uluslararası düzeyde yürürlüğe girmiştir. Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen Anayasa ve yasalar yanında, yasa gücünde bir düzenlemedir (Aziz, 1996).

1989 yılında Sözleşmenin kabul edilmesinden bu yana televizyon yayıncılığı alanında büyük teknolojik ve ekonomik gelişmeleri ve Avrupa'da yeni iletişim hizmetlerinin ortaya çıkması üye devletlerde televizyon yayıncılığı faaliyetleri ile ilgili yasa, yönetmelik veya idari işlerde öngörülen belirli hükümlerin koordinasyonuna ilişkin toplantılar yapılmış, direktifler kabul edilmiştir. Meydana gelen bu değişimlere uygun olarak Sözleşmede de değişiklikler yapılması gerekmiş; Türkiye'de

74 Aradan 4 yıl gibi oldukça önemli bir sürenin geçmesinin nedeni, uluslararası sözleşmelerin üye devletlerce önce imzalanması, sonra da yasama meclislerince onaylanması ve bu Sözleşmeye özgü olarak, üye 7 devletin imzalaması ve onaylamasından 2 ay sonra yürürlüğe girmesi koşulunun bulunmasıdır. Malta Devleti'nin Mart 1993'de onaylanmasından iki ay sonra bu koşul yerine gelmiştir. Sözleşmeyi ilk imzalayıp onaylayan 7 ülke, İngiltere, Kıbrıs Rum Kesimi, Polonya, İtalya, San Marino, İsviçre ve Malta'dır (Aziz, 1996).

ise bu yeni düzenleme, 2005 Nisan ayında Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.[75]

13.1.1.2 Görsel-İşitsel Medya Sağlayıcıları Yönergesi

Radyo ve televizyon yayıncılığı ile ilgili olarak uluslararası bir başka hukuki düzenleme Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Birliği Konseyi'nin 10 Mart 2010 tarih ve 2010/13/EU sayılı kararı ile kabul ettiği *"Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi"dir.*[76] 15 Nisan 2010 tarihinde Avrupa Birliği Resmi Gazetesi'nde yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Türkiye Cumhuriyeti/ hükümeti için de bağlayıcı niteliği olan "Görsel – İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi, daha önce çıkarılan farklı metinleri birleştirmiş ve Avrupa Parlamentosu üye devletlerdeki kanun, düzenleme veya idari eylem yoluyla oluşturulan belirli hükümlerin eşgüdümlerini de öngörmektedir.

Yönergenin kapsamına aldığı ve geniş olarak düzenlediği en önemli konular; çocuk ve gençlik, haberler, cevap hakkının kullanılması, televizyon programlarının dağıtım ve üretimini desteklenmesi, reklamlar, tele-satışlar ve sponsorlukla ilgili hususlardır. Yönerge 12 bölüm ve 36 maddeden oluşmaktadır. Ancak Yönergenin başlangıcında üye devletlerin bu Yönerge kapsamına nasıl uyum sağlayacakları ile ilgili uzun açıklamalı bir giriş kısmı vardır.[77] Yönergenin, Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınları için de bağlayıcılığı niteliği vardır.

Yönergenin, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesinden önemli farkları vardır. Öncelikle Yönerge yalnızca televizyon yayınlarını değil, radyo yayınlarını da kapsamaktadır. Ancak görsel niteliğinden ötürü, özellikle reklamlar, tele-satışlar gibi konularda televizyona özgü düzenlemeler de yer almaktadır. İkisi arasında bir diğer –doğal- farklılık da, Yönergenin 2010 yılında yapılmasından ötürü, iletişim ve özellikle de radyo ve televizyon yayınları ile ilgili meydana gelen teknik ve toplumsal değişmelerle ilgili meydana gelen tüm değişimleri de –bir diğer deyişle

---

75 Yeni düzenlemede bir kısım sözcükler, madde başlıkları değişmiş, bir kısmı yeniden yapılmış ve özellikle teknolojinin televizyonlara getirdiği yeni olanaklarla ilgili düzenlemeler yer almıştır. Sözleşme, değişiklikleri ile birlikte EK: 6 da verilmektedir.

76 Yönerge, Avrupa Konseyi ve Avrupa Birliği Parlamentosu başkanları tarafından Strasbourg'da imzanlanmıştır. Yönerge, Avrupa Parlamentosu Adına Başkan J. BUZEK ve AB Konseyi Adına Başkan D. LÓPEZ GARRIDO tarafından Strazburg'da 15.10.2010 tarihinde imzalanmış ve Avrupa Resmi Gazetesinde yayınlandıktan 20 gün sonra yürürlüğe girmiştir.

77 Yönergenin kısaltılmış, radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili 36 maddeden oluşan "Hükümler" kısmı EK 7'de verilmektedir.

günümüz elektronik yayıncılığının gelişmelerini de- kapsayan uluslararası bir hukuksal belge olmasıdır.

Burada değinilmesi gereken bir diğer husus da her iki belgenin Avrupa Konseyi ve Avrupa birliği üye devletlerini bağladığı hususudur. Bu üye devletler, kendi ulusal düzenlemelerini bu belgelere dayandırmak ya da uyumlu duruma getirmek durumundadırlar.

13.1.2 İç Hukuk Düzenlemeleri ve Denetim

Her ülkenin yasal düzenlemelerine bağlı olarak, yayınların denetim biçimleri de düzenlenmektedir. Yasalara bağlı olarak yapılan denetimlerde kamu hizmeti yayıncılığı yapan yayın kuruluşları ile tecimsel (özel) yayınların yasal düzenlemeleri ve buna bağlı yayınların denetleme biçim ve kuralları farklıdır. Tecimsel yayınlar için yasal denetimler çok daha esnek iken, kamu hizmeti yayıncılığını yapan devlet ya da hükümetin elinde bulunan radyo ve televizyon kuruluşlarında bu denetim daha sıkıdır. Bu gibi yayın kuruluşlarında yasal düzenlemeler çerçevesinde yayın öncesi denetim mekanizmaları kurulmuştur. Bir diğer söyleyişle, programlar yayın öncesi denetlenirler. Kimi yayın kuruluşlarında bu, tek aşamalı bir denetim iken, kimi kuruluşlarda bir kaç aşamalı olarak yapılır. Buna en güzel örnek ise, TRT'nin radyo ve televizyon yayınlarındaki denetim mekanizmaları gösterilebilir. Yayınlar -canlı değilse- program metni üzerinden özel denetçiler tarafından önce yazılı olarak, bir kaç aşamada denetimden geçirilir. Kimi kez de programın yapımı tamamlandıktan sonra ses ya da görüntü bandı olarak denetlenir. Bunun için TRT'nin denetçileri vardır.[78]

Yayınlarla ilgili yasal düzenlemeler Anayasa, yasa, yönetmelik ve yayın ilkeleri gibi belgelerde toplanmaktadır. Yayınların Anayasa kapsamına alındığı ülke sayısı fazla değildir. Bu ülkelerden biri de 1961 Anayasasından beri Türkiye'dir. Yayınların asıl dayanağı ise yayınları düzenleyen yasalardır. Günümüzde hemen hemen tüm ülkelerde yayınları düzenleyen yasalar vardır. Bu yasaların bir kısmı genel düzenlemelerle yetinirken, bir kısmında yayın kuruluşlarının yapısını, yayınlarını ayrıntılı olarak düzenlerler. Yasaların yeterli olmadığı durumlarda, daha ayrıntılı

78 TRT'nin yayınlarında denetim konusu, TRT'nin kurulması ile birlikte yasal olarak düzenlenmiş ve önce radyo ya da televizyon program bölüm başkanlıklarınca, daha sonra program müdürlüklerince, en sonunda ise TRT Genel Müdürlük denetçilerince denetlenir, düzeltme öngörüldüğü takdirde aynı işlem geri giderek yeniden aynen başlatılırdı. Günümüzde bu denetim, kademeler azaltılarak, devam etmektedir.

düzenlemeler yapmak üzere tüzükler, yönetmelikler, direktifler vardır. Bunlar içerisinde, reklama yer veren yayın kuruluşlarında reklamlarla ilgili hukuki düzenlemeler de vardır (Avşar, 2005).

Kurum içindeki yasal düzenlemelere dayanan bu denetim yolları dışında, yayın sonrası denetim için de yasal düzenlemeler vardır. Gerek devletin, hükümetin elinde, gerekse özel girişimin elinde olsun radyo ve televizyon yayınları, yayın sonrası denetime de tabidir. Yasalar çerçevesinde bu denetleme yetki ve görevi farklı kurum ve kuruluşlara verilmiştir. Bir kısım yayın kuruluşları, yayın öncesi denetimi değil, yayın sonrası denetimi öngörürken, bir kısım kuruluşlarda ise bu denetim yasal olarak kurulan ve denetim yetki ve sorumluluğu olan yayın dışı kuruluşlara verilmiştir. Bu konuda farklı sistemlerle yayın yapan tüm yayın kuruluşları bu tür düzenleyici kuruluşların denetimine ya da getirdikleri kurallara uymak zorundadırlar. Bu tür denetimlere ABD'de *FCC (Federal Communication Commission/ Federal İletişim Komisyonu), Fransa'da CSA (Conseil Superior de l'Audiovisuel/ İşitsel Görsel Yüksek Konsey), İngiltere'de* önceleri *IBA (Independent Broadcasting Authority/ Bağımsız Yayın Otoritesi)*, sonraları *Ofcom* gibi kurumlar verilebilir.

Türkiye'de ise kamu hizmeti yayıncılığı yapan TRT'nin denetimi, kendi 2954 sayılı yasasına göre iç denetim şeklinde yapılırken; özel yayın kuruluşlarının denetimleri ise yayın sonrası denetim olarak, 1994 yılından beri, RTÜK tarafından yayınların izlenmesi (monitoring) sistemi ile yapılmaktadır.[79]

13.2 Öz Denetim

Bu denetim türü yayıncıların, yayın kuruluşlarının yayınlarını yaparken denetimlerini kendilerinin yapmalarıdır. Bu denetimdeki kriterler ise yayıncıların içinde yaşadıkları ülkenin hukukuna ve gelenek ve göreneklerine göre yayınlarını yapmaları; üretmeleri ve yayınlamalarıdır. Bir anlamda, yayıncıların yayın için kullandıkları frekans ve kanalların toplumun malı olduğu bilincinde olarak, "toplumsal sorumluluk" hissederek yayın yapmalarıdır. Bu tür yayıncılık ise, daha çok "özerk" yayın kuruluşlarındaki yayıncıların yaptıkları denetim türüdür. Kuşkusuz bu tür denetimde de yazılı kuralların varlığı söz konusudur. Ancak, burada yayıncının, yapımcının dışında denetim söz konusu değildir. Yayıncı, yapımcı dıştan bir denetim olmadan, yaratıcılığını kaybetmeden, tarafsız, doğru, çabuk yayın yapmakla yükümlüdür. Yayında herhangi bir suç olması durumunda ise, konu adli soruşturmaya

79 Ayrıntılı bilgi için bkz. BÖLÜM 14 ve EK 4: 6112 sayılı Kanun.

gider. Bu tür öz denetimde, Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Beyannamesi ile Avrupa İnsan Hakları Bildirgesi'ndeki düzenlemelerin de dikkate alınması gerekir.

13.3 Sivil Toplum Örgütleri Denetimi

Demokratik ülkelerde bir diğer denetim biçimi, o ülkede bulunan sivil toplum örgütlerinin yayınlarla ilgili denetimleridir. Gelişmiş batı ülkelerinde uygulanan bu tür denetimler, farklı amaçlarla kurulmakla birlikte, genel amaçları açısından aynı grupta ele alınabilirler. Bu denetim örgütleri öncelikle bu yayınların sahipleri, yöneticileri ya da çalışanları tarafından oluşturulan dernek, vakıf, birlik, oda gibi farklı düzenlemeler olarak kurulmuşlardır ve ülkeden ülkeye farklılık gösterirler. Bu örgütlerin bir kısmı yayın kanal sahiplerinin haklarını; önemli bir kısmı da çalışanların haklarını korumaya da yöneliktir.

Yayınlarla ilgili etkili bir diğer denetim, izleyici adına yapılan, yine izleyicilerden oluşan grupların oluşturduğu sivil toplum örgütleridir. Bu örgütler, radyo ve televizyon yayınlarının denetlenmesini, temsil ettikleri toplum adına yaparlar. Bu kuruluşların en etkili olanları izleyiciler tarafından kurulan *"medya gözlemcileri"* (media observer)'dir (bkz. Kutucuk 6).

Kutucuk 6:
Medya Gözlemcileri

Medya gözlemcileri (media observer), ABD başta olmak üzere pek çok Avrupa ülkesinde, özellikle televizyon yayınlarının giderek yaygınlaşmasıyla 1960'lı yılların ikinci yarısından sonra kurulmaya başlandı. En belirgin ve faal olanları kadınlar ve çocuklar için kurulan örgütlerdir. Bu kuruluşlar, genel olarak izlerkitleye, özel olarak ise çocuklara, gençlere ya da kadına yönelik yayınlarda küçük düşürücü, aşağılayıcı, şiddeti teşvik edici yayınların olup olmadığını sürekli izleyen, araştıran, raporlaştıran çalışmalar yaparlar. Yapılan bu çalışmalar daha sonra, başta bu yayınları yapan kuruluşlar olmak üzere ilgili kurum ve kuruluşlara ve özellikle de etkili olması açısından yazılı ve görsel-işitsel basına gönderilerek ya yayınların hemen düzeltilmesini ya da yayından kaldırılmasını isterler. ABD, Kanada, Hindistan gibi ülkelerde oldukça etkili olarak çalışırlar. Hindistan'daki Medya gözlemcileri, kadınlara yönelik yayınlarla ilgili olarak etkili çalışmalar yapmışlardır. Aynı şekilde ABD'de çocuklara yönelik yayınlar konusunda duyarlı olan örgütlenmiş 'medya gözlemcileri' vardır.

BÖLÜM 14:

TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON YAYINLARI

14.1 Radyo Yayınlarının Başlaması: Özel Girişim Dönemi (1927-1936)

Yurdumuzda ilk radyo yayınları 1926 yılında alınan bir kararla 1927 yılında, önce Ankara'da sonra İstanbul'da başlamıştır. Dünyadaki ilk radyo yayınlarının 1920'de başladığı anımsanırsa, 6-7 yıl gibi kısa bir zaman sonra bu yeni iletişim aracının; Türkiye'nin de o günkü koşulları düşünüldüğünde, ülkemize girişini ileri bir adım olarak karşılamak gerekir.

Haberleşme sistemini tekelinde bulunduran Hükümet, önce TBMM'de "Telsiz Tesisi Hakkında kanun"u çıkardı. Arkasından 1926 yılında Ankara ve İstanbul'da 5'er kw.'la iki küçük radyo vericisinin kurulmasını kararlaştırdı ve yapılan bir ihale ile telsiz şebekesinin kurulması işini bir Fransız firması olan *"Compagne General Française de Telegraphie sans Fil" (TSF)*'ye verdi. Şirket, bu iki radyo vericisini Ankara'da Babaharman'da (bugünkü Telsizler'de), İstanbul'da ise Osmaniye'de (bugünkü Hasdal'da) kurdu. Bu vericilerden yayın yapma hakkı ise 10 yıllık bir sözleşmeyle, hükümetin desteğiyle kurulan *"Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi" (TTTAŞ)*'ne verildi.[80] Şirket, 1927 yılında önce 1200 metre üzerinden yayın yapan "İstanbul Radyosu"nu, kısa bir süre sonra da 1554 metre üzerinden yayın yapan "Ankara Radyosu"nu kurdu.

Bu yayınlarda, radyoculuk deneyiminin dünyada da yeni olmasından ötürü çok çeşitli programlara; bu günkü gelişmiş program türlerine rastlanmamaktadır. Bu bakımdan yayınlarda en önemli program türü olarak haberler ve müzik yayınları yer almıştır.

80 150.000 TL sermayeli TTTAŞ'ın ortakları; yeni kurulan en büyük banka **T. İş Bankası** (% 40 hisse), yine yeni kurulan ulusal haber ajansı **Anadolu Ajansı** (% 30 hisse) ile iki milletvekili (**Falih Rıfkı Atay**, **Cemal Hüsnü Taray**) ve tüccar **Sedat Nuri** idi.

Bu dönemde mevcut vericilerle çok sınırlı bir alana yayın yapılması, istasyonların yetersiz olması nedeniyle Hükümet 1933 yılında, Ankara ve İstanbul'da bu kez yüksek verici gücü olan üç radyo vericisinin yapılması kararını verdi. "Marconi" firması tarafından yapılan bu vericiler 120 kw. gücünde Ankara uzun dalga vericisi, 20 kw. gücünde Ankara kısa dalga vericisi ile 150 kw. gücündeki İstanbul radyosu vericisiydi.[81]

Türkiye'de ilk radyo yayınlarının hukuki durumu ve yönetsel yapısı incelendiğinde bugünkü kullanımıyla "özel girişimci" sistem diyebileceğimiz bir sistemle başlamıştır. Gerçi bu şirket, bu günkü uygulamada olduğu gibi tümü ile özel girişimin elinde değil, Hükümetin güdümünde yarı devlet/hükümet destekli bir şirket olarak kurulmuştur. Hatta o kadar güdümlüdür ki en büyük ortaklar yine devlet/hükümet destekli olarak 1926 yılında kurulan **Türkiye İş Bankası** ile bir yıl önce yine devlet/hükümet destekli olarak kurulan **Anadolu Ajansı**'dır.

Radyo yayınlarının ilk 10 yılı yapılan sözleşme gereğince TTTAŞ tarafından yürütülmüş ancak, beklenen gelişme görülmediğinden,10 yıllık sözleşme yenilenmemiş, 1938 yılında radyo yayınları bu kez doğrudan hükümet yönetimine verilmiştir.

14.2 Hükümet Yönetiminde Radyo Yayınları

Türk elektronik yayıncılık tarihini, ilk 10 yıldan sonra ayrıntılı olarak incelemekte yarar vardır. Çünkü ilk radyo yayınlarının başlaması öncü bir davranış olmasına karşılık, bu öncü davranışın devamı olan gelişme dinamikleri yakalanamamış ve radyo yayınları gelmesi gereken yere gelememiş, toplumda da radyonun önemi kavranamamıştır. Hatta o kadar ki, hükümet bile radyo yayınları ile topluma ulaşmak, genç Türkiye Cumhuriyetinin yaptığı pek çok önemli devrimi halka anlatmak, benimsetmek için bu çok etkili kitle iletişim aracını yeterli etkinlikle kullanamamıştır. Kuşkusuz bunun en önemli nedenini, yayınların tüm ülkeyi kapsamamasında aramak gerekir. Gerçi TTTAŞ ile yapılan 10 yıllık yayın sözleşmesi bitmeden 1933 yılında Ankara ve İstanbul'da iki güçlü radyo vericisinin siparişi yapılmış, ancak bunların da yapımı ve servise sokulması da gecikmiştir.

81 Türkiye'de radyo yayınlarına başlama tarihi ile ilgili bilgilere göre, Ankara Radyosu düzenli yayınlarına 6 Mayıs 1927'de; İstanbul Radyosu ise, aynı yılın Eylül ayında başlamıştır. Ancak, özellikle İstanbul Radyosunun yayınları sık sık kesintilerle sürmüştür. Türkiye'deki radyo yayınlarının geçmişi ile ilgili geniş, ayrıntılı, belgelere dayalı bir araştırma için bkz. Kocabaşoğlu (1980), ayrıca Kocabaşoğlu (1979). İstanbul Radyosunun tarihçesi ile ilgili kapsamlı bir araştırma için bkz. Ayhan Dinç, Özden Cankaya, Nail Ekici (2000).

İlk 10 yıllık yarı özel girişimci yayın dönemi, 1936 yılında TTTAŞ ile yapılan yayın işletmeciliği sözleşmesinin 1936 yılında feshedilmesi ile sona ermiştir. Bundan sonra başlayan dönem, 1961 Anayasası'na kadar sürecek dönem olarak *"hükümet dönemi"*dir. Çünkü bu yıldan sonra geçecek olan 25 yılda radyo yayınları, hükümete bağlı çeşitli kurumların elinde ve yönetiminde olmuştur.

14.2.1 PTT Dönemi

Başlangıç yıllarında etkinliği fazla anlaşılmayan radyo yayınlarının, diğer kitlesel iletişim araçları gibi, örneğin gazete ve sinemaya benzemediği, etkisinin anında ve yaygın olduğunun anlaşılması üzerine 1933 yılında bu aracın yönetiminin devletleştirilmesi için çalışmalar yapılmaya başlandı. 1936 yılında bu yayınların yönetimi işi, bir hükümet kuruluşu olan PTT'ye devredilmesi kararlaştırıldı. *"Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi"* ile yapılan sözleşme bozuldu ve 1938 yılına kadar devir işlemleri tamamlanarak PTT'ye devredildi.

PTT yönetiminde, yeni vericilerle desteklenen yayınlar oldukça güçlenmiş; ancak program yönünden fazla bir ilerleme bu dönemde de görülememiştir (Kocabaşoğlu 1989, Özakman 1966).

14.2.2 Basın - Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Dönemi

Radyo yayınları PTT yönetiminde 2 yıl kalmış, 1940 yılında, aslında zoraki bir bağlılıkla bağlandığı PTT'den alınarak yeni kurulan Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'ne verilmiştir. Bu arada 1939 yılında, radyo stüdyo binasının yapımı nedeni ise İstanbul Radyosunun yayınlarına ara verildi. Sanatçıların büyük bir kısmı da Ankara'ya gönderildi.[82]

1943 yılında *"Radyolar Dairesi"* ve *"Radyo Fen Heyeti"* adı ile Genel Müdürlük içerisinde kurulan iki ayrı bölüm, radyoları program ve teknik yönden ayrı ayrı yönetmeye başladı. Radyoculuğun gerek program ve gerekse teknik yönden asıl gelişmesi bu devrede olmuştur, denilebilir. Radyo yayınları 1964 yılı Mayıs ayına kadar "Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü"nün yönetiminde sürmüştür.

14.2.3 Çok Partili Dönemde Radyo Yayınları

Bu dönemin özelliği, radyo yayınlarının Türkiye'nin siyasal yapısında meydana gelen değişikliklerle yakından etkilenmiş olmasıdır. 1946 yılında Türk siyasal yaşamı,

82 İstanbul Radyosunun bina inşaatı çeşitli nedenlerle çok uzun sürmüş; Radyo 1 Eylül 1949 yılında yapılan bir törenle yeniden yayına başlamıştır.

çok partili siyasal yaşamla tanıştı; o tarihe kadar tek parti döneminde hükümet yönetimi ile yürütülen siyasal yapı 1946 yılındaki seçimlerde CHP'nin dışındaki partilerin Meclise girmesi sonucunda çok partili bir döneme girdi. Bunun yayıncılık açısından anlamı, o güne kadar Meclis'de ve hükümette olan tek parti CHP yanında Meclise giren muhalefet partilerinin de radyo yayınlarından yararlanmak istemeleri idi. Artık radyo yayınlarından yararlanmak isteyen başka siyasal partiler de vardı. Ancak, bu durum kendini, 1950 milletvekili genel seçimlerinde 27 yıllık CHP yönetiminin sona ermesi ve DP (Demokrat Parti)'nin tek parti olarak iktidara gelmesiyle farklı bir boyutta gösterdi.[83]

Türk radyoculuk tarihinde radyonun siyasallaşması olarak adlandırılacak bu dönem, 1950-60 yılları arasında giderek kendini çok daha belirgin duruma getirmiştir. 10 yıllık DP iktidarı yönetiminde radyo yayınları muhalefete söz hakkı vermeden, tüm olarak hükümet ve dolayısıyla DP lehine kullanılmış; kamuoyunun, demokratik yaşamın gereklerinden olan özgür haber alma hakkı zedelenmiştir. Dönemin en önemli özelliği, o tarihe kadar tek parti döneminde radyo yayınlarının siyasal iktidarın elinde olmasına karşılık, belirgin olarak partizanca yayın yapılmamış olması ya da en azından böyle bir yayın yapıldığı konusunun dile getirilmemiş olmasına karşılık, DP iktidarı ile bu durumun değişmesi; radyo yayınlarının tek taraflı olarak kullanılmış olmasıdır. Bir başka söyleyişle, bu dönemde DP iktidarı, radyo yayınlarını iktidarı yönünde kullanmış; bununla da yetinmeyip doğrudan DP'nin yayın organı şekline getirdi.[84]

Bu dönemde radyo yayınlarında teknik yönden gelişmeler de oldu. Bu gelişmelerden en önemlisi, 1933 yılında yapımına karar verilen 150 kw. güçlü İstanbul radyo vericisinin, uzun bir aradan sonra tamamlanarak, 1949 yılında yeniden yayına başlamasıdır. O tarihe kadar ülkenin % 20,5'i yayınları izlerken, yeni güçlü vericinin yayına başlaması ile bu oran % 25,3'e, 1950 yılında ise Ankara Radyosu verici gücünün 100 kw. çıkarılmasıyla bu oran daha da artmıştır. Demokrat Parti iktidarının son yıllarında ise mahalli yayıncılığa giden bir planlama yapılarak 27 ilde güçlü vericilerin ve yayın istasyonlarının kurulmasına karar verilmiş; ancak, 1960 askeri harekatı ile bu planlamalar bir süre durmuştur. Bu dönem içerisinde

83 14 Mayıs 1950 tarihinde yapılan seçimlerde DP, 450 milletvekilinden oluşan TBMM'de büyük çoğunluğu kazanarak tek başına iktidar oldu.

84 Burada, özellikle 1958 yılında başlayan ve öğle 13 ana haber bülteninden sonra okunan "Vatan Cephesine katılanlar" bölümünün, doğrudan DP'ye kayıt yaptıran vatandaşların adlarının okunması olayı, bu tür partizanca yayının en tipik örneklerindendir. Geniş bilgi için şu çalışmaya bakılabilir: M. Aksoy (1960).

Ankara'da uzun dalga Ankara Radyosu yanında "2. Program" adı altında ikinci bir radyo yayını başlatılmıştır.

Bu dönemi özetlersek, radyo yayıncılığında toplumun yararı değil, siyasal iktidarın yararı gözetilmiş; radyo yayınları partizanca kullanılmıştır. 27 Mayıs 1960 askeri harekatına giden olaylardan birinin de radyonun partizanca kullanılması olduğu söylenebilir.[85]

Radyo yayınlarının yönetiminde 1960-64 yılları arasında askeri yönetimin baskın olduğu bir dönem geçirilmiştir. Yayınlar yönetsel olarak Basın-Yayın Genel Müdürlüğüne bağlı olmakla birlikte, harekatın olduğu ilk yıllarda oldukça sıkı bir biçimde askeri yönetim altında yayın yapılmış, yeni Anayasanın yapılması ile bu durum biraz daha gevşetilmiştir. Ancak 1960 – 1961 yıllarında, özellikle sıkıyönetimin olduğu dönemlerde, radyo yayınlarında askeri yönetim geçerli olmuştur.

14.3 Devlet Tekeli Dönemi: TRT Yönetimi

Türk elektronik yayıncılık tarihinin önemli dönüm noktası, TRT Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT)'nun kurulması ve bu kurulmaya neden olan olaylardır. Çünkü bu olaylar, yayıncılık tarihinde yeni bir dönemin açılmasına neden olmuştur. Anayasal olarak 1961 yılında başlayan 1993 yılına kadar süren bu dönem Türkiye'deki radyo ve daha sonra başlayan televizyon yayıncılığının da gelişme dönemidir.

14.3.1 Özerk Dönem

Türk radyo ve televizyon yayıncılığının TRT kurumu yapısı altında toplanmasından önce, hukuki yapıda ve TRT kurumunun kurulmasına neden olan olayları kısaca özetlemek gerekirse, 27 Mayıs 1960 Askeri harekatının neden olduğu yeni Anayasanın yapımına kadar gitmek gerekir. Askeri harekat ile birlikte meclisin kapatılması, 1924 Anayasanın kaldırılması sonucunu doğurmuş; yeni Anayasa ise; Kurucu Mecliste 1961 yılında kabul edilmiş ve yeni Anayasanın 121. maddesi radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesine ayrılmıştır. Radyo ve henüz başlamayan televizyon yayınlarının yeni Anayasa kapsamına alınması, doğrudan 1950 – 60

85 27 Mayıs 1960 sonrası siyasal iktidarı yargılamak için kurulan Yassıada Yüksek Adalet Divanında görülen davalardan ikisi radyonun DP iktidarı tarafından partizanca kullanılması hakkındadır. O dönemin başbakanı **Adnan Menderes** ve yedi bakanı, devlet radyosunu, siyasal amaçlı olarak kullandıkları, muhaletefe radyodan yararlanma hakkı vermedikleri ve böylecece Anayasayı ihlal ettikleri gerekçeleri ile yargılandılar ve suçlu bulundular.

yılları arasında radyo yayınlarının DP iktidarı döneminde taraflı olarak kullanılmasına tepki olarak değerlendirilebilir. O güne kadar Anayasa kapsamında olmayan, hükümete bağlı olarak yayın yapan radyo ve başlayacak televizyon yayınları ilk kez Anayasa kapsamına alınarak, hükümetin değil, devletin bir kurumu haline getirilmiş oluyordu. Sözü geçen maddede Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınlarının tarafsız, özerk bir kamu kuruluşuna devredilmesi ve bunun için bir yasa çıkarılması öngörülmekte idi.

1961 Anayasasının 121. maddesinde öngörülen radyo televizyon yayınlarını yapacak kurum, 359 sayılı "TRT Kanunu" ile kuruldu[86]. 1963 yılında yasanın yapılmasına başlanmış, 1963 Aralık ayında "TRT Kanunu" adı ile yasalaşmış, l Mayıs 1964 tarihinde ise yürürlüğe girmiştir. Böylece, Türkiye yayıncılık tarihinde ilk kez, var olan radyo yayınlarıyla ileride kurulacak olan televizyon yayınları **anayasal güvence** altına alınmış oluyordu.

TRT'nin kurulmasına, öncelikle var olan başta Ankara Radyosu olmak üzere, yayın yapan tüm radyoları bünyesine almakla başlandı ve yönetsel yapısı 359 sayılı yasada öngörülen düzenlemeye göre yapıldı. Özerkliğin gerekleri olan özerk yönetimi sağlamak amacı, en üst yönetim olan TRT Yönetim Kurulu ile kurum genel müdürünün seçilmesi ile olacağından önce bu durum sağlandı. TRT yönetim kurulu tarafsız, toplumun çeşitli kesimlerinden gelen temsilcilerden oluşuyordu. TRT'nin genel müdürü ise bu yönetim kurulu tarafından seçiliyordu.[87]

TRT kurumunun kurulup, çalışmaya başlamasıyla kurumsal yapının gereklerinin yerine getirilmesi sonrası, TRT'nin gelişmesi hızlandı ve Türk toplumsal yaşamında yeni uygulanmaya başlanan 5 Yıllık Kalkınma Planlarına alındı. İlk kez 2. Beş Yıllık Kalkınma Planında radyo yayınları ile ilgili yatırımlara yer aldı. Sonraki dönemlerde radyo yatırımları yanında televizyon ile ilgili yatırımlar da öngörüldü ve radyo yayınları önce bir kanal olarak, daha sonra ise iki radyo kanalı olarak tüm ülkeye yaygınlaştırıldı.

1968 yılında radyo yayınları yanında Alman teknik yardımı ile televizyon yayınları başlatıldı ve daha sonra bu yayınlarla ilgili yatırımlar da Plan kapsamına alınarak, bu konuda da yatırımlar hızlandırıldı.

86 Yasanın adı TRT olmakla birlikte açılımı "Radyo ve Televizyon Kurumu Yasası" idi. Doğrudan TRT'nin yapısını, yayın ilkelerini ve yayınlarını düzenliyordu.

87 TRT'nin ilk genel müdürü Adnan Öztrak idi. Öztrak, TRT'nin özerk yapısının yerleşmesi için siyasal yaşama –iktidar ve muhalefete karşı- büyük savaşım verdi. Geniş bilgi için bkz. Aziz (1999).

359 sayılı TRT yasası, 1972 yılında yapılan bir değişiklikle *"özerk"* durumdan *"tarafsız"* bir kurum durumuna getirildi. Bunun nedeni de hükümette bulunan koalisyon ortaklarının TRT Kurumu hakkındaki farklı görüşleriydi (bkz. Kutucuk 7).

TRT Kurumu, 12 Eylül 1980 Askeri Darbesine kadar bu hukuki yapıyla yayınlarını sürdürdü. Siyasal iktidarlar TRT'yi denetimleri altında tutma gayretini gösterdiler. Bunda başarılı da oldular. TRT giderek "memur zihniyeti" ile çalışan bir yayın kurumu durumuna geldi.

Kutucuk 7:

"Özerk"likten "Tarafsız"lığa Geçiş

TRT Kurumunun kurulmasını öngören 359 sayılı TRT yasası, kısa bir dönem sonra, iktidar tarafından eleştirilmeye başlandı. 1963 yılında yapılan genel milletvekili seçimleri sonrası iktidara gelen AP (adalet Partisi) ve CHP (Cumhuriyet Halk Partisi) koalisyon hükümetleri iktidarı ve daha sonra başbakan olan Süleyman Demirel Hükümeti zamanında, eski alışkanlıkla, TRT'nin yayınlarına karışma eğilimi başladı. Yasadan doğan haklarını kullanmak isteyen TRT, daha sonra yayınlardan ötürü hükümetle sürtüşmeye başladı. Hükümet TRT'nin özerk olarak kurulmasını ve işleyişini öngören 359 sayılı Yasayı değiştirmek istedi. Ancak, bu kolay değildi; bunun için Anayasanın 121. maddesindeki "özerklik" maddesinin değişmesi gerekiyordu. Önce TRT'ye özerklik veren Anayasanın 121. maddesinin değişmesi gerekiyordu. Mecliste yapılan çalışmalar sonucu 121. madde değiştirilerek "özerklik" kaldırıldı ve yayınların "...tarafsız iktisadi kamu tüzel kişiliği..." halinde düzenlenmesi öngörüldü.

Anayasada yapılan bu değişiklik sonrasında, 359 sayılı TRT yasasının kimi maddeleri 1972 yılı Ocak ayında çıkarılan 1568 sayılı Yasa ile değiştirildi ve TRT tarafsız bir yayın kuruluş durumuna getirildi. Artık TRT "özerk" değil, "tarafsız" bir yayın kurumu idi. Bu değişikliği sağlamak üzere, Kurumun genel müdür ile yönetim kurulu gibi üst yönetiminin atanması, seçilmesi, görev ve yetkilerinde de değişiklikler yapıldı. Yapılan bu değişiklikler, daha sonraki yıllarda, siyasal erklerin yayınlara daha çok karışmalarına neden oldu.

14.3.2 2954 Sayılı Türkiye Radyo Televizyon Yasası

Türk siyasal yapısında meydana gelen buhran dönemler, elektronik yayıncılığı elinde bulunduran TRT'yi yakından ilgilendirmiş; 12 Eylül 1980 yılında yapılan askeri darbe ile Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili yasal düzenlemelerde de değişiklik yapılmıştır. Türk siyasal yaşamında önemli bir dönem olan 12 Eylül 1980 askeri darbesi, TBMM'nin feshedilmesine, siyasi partilerin kapatılmasına ve yeni bir anayasanın yapılmasına neden olmuştur. 6 Kasım 1982 tarihinde yapılan halk oylaması ile kabul edilen 1982 Anayasası ile 1961 Anayasası tüm olarak yürürlükten kaldırılmış Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınları ile ilgili maddesinde de değişiklikler yapılmıştır.

Anayasa'da değişiklik: 1982 Anayasasında radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili düzenleme, yeni Anayasanın 133. maddesinde yer almıştır. Bu durum günümüzde de devam etmektedir. Yeni düzenleme 1972 Anayasa değişikliğine benziyordu. Anayasanın radyo ve televizyon yayınlarını düzenleyen 133. maddesi şöyle idi:

"...Madde 133. Radyo ve televizyon istasyonları ancak Devlet eli ile kurulur ve idareleri bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir.

Kanun, Türk Devletinin varlık ve bağımsızlığını, ülkenin ve milletin bölünmez bütünlüğünü, toplumun huzurunu, genel ahlâkı ve Anayasanın 2. maddesinde belirtilen Cumhuriyetin temel niteliklerini koruyacak tarzda yayın yapmasını düzenler ve Kurumun yönetim ve denetiminde, yönetim organlarının oluşturulmasında ve her türlü radyo ve televizyon yayınlarında tarafsızlık ilkesini gözetir..."

Görüleceği üzere, Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınlarını düzenleyen Anayasanın 133. maddesi, yayınların daha önceden olduğu gibi yayın tekeli kapsamında, tarafsızlık ilkesine göre çalışacağı kuralını getiriyordu.

Anayasanın 133. maddesine dayanılarak çıkarılan yeni Yasa, 14 Kasım 1983 tarihinde kabul edilerek l Ocak 1984 tarihinde tümüyle yürürlüğe giren 2954 sayılı ***Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu'****dur.*

2954 sayılı Yasa günümüze kadar gelen 30 yıllık bir yasadır. Yasada bu süre içerisinde pek çok değişiklik olmuş; yeni maddeler eklenmiş, kimi maddeler çıkarılmıştır. Bu Yasada yapılan en önemli ve büyük değişiklik ise 1994 yılında çıkarılan ve özel yayınları da düzenleyen 3984 sayılı yasanın çıkmasıyla meydana

gelen değişikliklerdir. Yasanın Türkiye'deki radyo ve televizyonlarla ilgili maddelerindeki yetkiler, yeni çıkan yasaya devredilmiştir.

Bu yasadan sonra, 2954 sayılı TRT yasası artık TRT Kurumunun yasası olma özelliğini kazanmıştır.

Yeni yasanın en önemli özelliği, TRT Kurumunun yasası olmayıp, Türkiye'deki tüm radyo ve televizyon yayınları ile ilgili düzenlemeleri de kapsamasıdır.[88] Yeni Yasa ile TRT ve onun dışında kalan tüm radyo ve televizyon yayınları ile diğer tüm elektronik yayınların gözetim, denetim ve değerlendirmesini yapmak amacıyla TRT'nin dışında bir yüksek yayın kurulunun; *"Radyo Televizyon Yüksek Kurulu"*nun kurulmasını öngörmesidir (bkz. Kutucuk 8).

TRT'nin yapısını düzenleyen maddelerinde ise, eski (1568 sayılı) Yasanın önemli bir kısmı alınmakla birlikte, gerek Kurumun yapısı ile ilgili maddelerde ve gerekse yayınların içeriği ile ilgili kısımlarda önemli değişiklikler yapılmıştır. Ancak, temel olarak alındığında TRT yapısının yine "tarafsız bir kamu tüzel kişiliği" biçiminde düzenlendiği görülmektedir.[89]

2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Yasası ile, 'özerk' yapının geri gelmemesine karşılık, yayınlara siyasal iktidarların karışmasını önleyecek bir takım işleyişlerin de getirildiği görülmektedir. 1980 öncesinde radyo ve televizyonun siyasal iktidarların, yasayı kendi yararlarına uygun olarak yorumlamaları sonucu, yayınlarda tarafsızlık ilkesi zaman zaman zedelenmişti. Bu nedenle yeni yasanın, TRT yönetiminin tarafsızlığını sağlamak için gerek genel müdürün ve gerekse yönetim kurulu üyelerinin atanmaları ve görevden alınmaları doğrudan siyasal iktidarlara bağlı olmayan bir yapıya kavuşturularak, bu görevler için aday saptama görevi Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu (RTYK)'na veriliyordu.[90]

88 2954 sayılı yasanın incelenmesi ile ilgili bir makale için bkz. bkz.Aziz, 1984.

89 TRT Yönetim Kurulunun görev ve yetkileri, eski yasada olduğu gibi, korunmuş, ancak bazı konularda RTYK yetkili kılınmıştır.

90 Yeni Yasa çerçevesinde, TRT'nin en üst kurulu olan yönetim kurulu 9 üyeden 6 üyeye indiriliyor ve gerek genel müdür, gerekse üyelerin seçilmesi yetkisini yeni üst kurul olan RTYK'una veriliyordu. Kurul, TRT genel müdür adaylarını saptamak için yaptığı seçimde, Kurul, üyelerinden üç hükümet temsilcisinden biri olan **Prof. Dr. Tunca Toskay**'ı genel müdür adayı olarak gösterilen üç adaydan biri olarak seçti ve Turgut Özal Hükümeti, aynı gün bu üç adaydan Prof. Dr. Toskay'ı TRT Genel Müdürü olarak atadı. Böylece yeni yasanın tarafsızlık ilkesi, daha ilk baştan darbe yemiş oldu.

Kutucuk 8:

Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu

2954 sayılı TRT Yasası'nın 6. ve 7. maddelerinde yer alan bu yeni kuruluşun adı "Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu" (RTYK)dur. Kurul, Türk yayıncılık tarihinde ilk kez oluşturulan bir düzenleyici üst kuruluş niteliğinde idi. Bu yeni kuruluşun görevleri arasında, yurt içine yapılacak radyo ve televizyon yayınlarının ulusal siyasaya uygun olarak yapılmasını sağlayacak ilkeleri saptamak, denetlemek, kapalı devre radyo ve televizyon yayınlarıyla TRT'nin yeni radyo ve televizyon kanallarının açılmasına karar vermek ve TRT'nin yayınlarını, yayın sonrası izleyerek, üçer aylık raporlar halinde, başta TRT Kurumu olmak üzere, Başbakanlık, Cumhurbaşkanlığı gibi yerlere bilgi ve gereği için göndermekti.

Kuruluşun bu görevleri yanında bir diğer önemli görevi, TRT genel müdürü ile TRT yönetim kurulu üyelerinin seçimi ve atanmaları ile ilgili idi. Kurul bu görevini, genel müdürlük için üç isim, TRT yönetim kurulu için ise on iki aday saptayıp Bakanlar Kuruluna bildirme görev ve yetkisi vardı. Radyo ve Televizyon Yüksek Kurul üyeleri, tarafsızlığı sağlayacak bir düzenlemeyle 1'i Milli Güvenlik Konseyi, 3'ü Hükümet, 8'i Cumhurbaşkanı tarafından atanan 12 üyeden oluşuyordu. Kurul, TRT'nin üzerinde, düzenleyici bir kuruldu. Yayınlara karışmamakla birlikte, yayın sonrası denetime tabiydi.

14.3.3 Televizyon Yayınlarının Başlaması

Türkiye'de televizyon yayınlarının başlaması TRT döneminde olmuştur. Dünyada 2. Dünya Savaşından sonra gelişmeye başlayan televizyon yayınları, Türkiye'ye 25 yıl sonra gelmiştir. İlk televizyon yayını, Türk ve Alman hükümetleri arasındaki ikili anlaşmalar sonucu sağlanan teknik yardım ile 30 Ocak 1968 tarihinde, Ankara'da 5 KW. güçlü verici ile başlatıldı. Çok sınırlı bir izleyici kitlesi tarafından izlenen bu ilk televizyon yayınından sonra, İstanbul'da televizyon yayını başladı. 1972 yılına kadar haftada üç gün, akşamları 4 saat süre ile yayın yapan Ankara ve İstanbul televizyon yayınları, asıl gelişimlerini, televizyon yaptırımlarının 3. Beş Yıllık Kalkınma Planına yani planlı döneme alınmaya başlamasından sonra yaşadı.[91]

91 Burada ilk televizyon yayınının1953 tarihinde İstanbul Teknik Üniversitesinin Elektrik, Elektronik Bölümünce, televizyon tekniği ile ilgili olarak eğitim vermek üzere başlatıldığını da belirtmek gerekir. Yayınlar hafta bir gün, bir saat olarak uzun yıllar sürmüştür.

Yayınlar bir süre sonra, TRT'nin radyo yayınlarının olduğu illerde (İzmir, Mersin, Antalya, Erzurum gibi) *"paket program"* şeklinde yayınlanmaya başlandı. Bu sistemde bu illerde yayınlanacak televizyon programları Ankara ve İstanbul televizyonları stüdyolarında hazırlanıyor ve televizyon vericisi bulunan bu illere gönderilerek yayınlanıyordu. Bu illerin yapım/prodüksiyon olanakları yoktu. "Paket program yayını" adı verilen bu tür yayınlar, karasal vericiler arası linkler kuruluncaya kadar sürdü.

14.3.3.1 Renkli Televizyon Yayınları

TRT, l Temmuz 1984 tarihinde tüm olarak renkli televizyon yayınlarına başlamıştır. Ancak, bununla ilgili çalışmalar 1982 yılında başlamış; siyah-beyaz televizyon yayınları arasında renkli yayın denemeleri yapılmıştır. Başlangıç yıllarındaki televizyon ile ilgili yatırımların (link ve vericileri) renkli yayına uygun olarak yapılması nedeniyle renkli yayın için değişiklik, yapım stüdyolarının renkliye dönüştürülmesi çalışmaları ile sınırlı kalmıştır. Böylece televizyon alt yapısının başlangıçta renkli yayınlara uygun olarak yapılması, bu konuda alt yapının büyük değişikliğe uğramadan renkli yayına geçilmesini sağlamıştır. İlk renkli televizyon yayınlarının kapsama alanı ülkenin % 10'u, nüfus olarak ise % 20'si oranında olmuştur.

14.3.3.2 Çok Kanallı TRT Televizyonu

Uzun yıllar tek kanal olan TRT televizyonu, televizyon yayınlarının başlamasından 18 yıl sonra, 1985 yılında başlayan 5. Beş Yıllık Kalkınma Plânında öngörüldüğü üzere, iki kanallı televizyon yayınları durumuna geldi ve 6 Ekim 1986 yılında iki kanal olarak yayın yapmaya başladı. Bu yayınların yayın formatı daha çok haber, eğitim ve kültür olarak planlandı.

TRT, televizyon yayınlarını 3 yıl sonra, 2 Ekim 1989 tarihinde, "TV 3" adı ile yayın yapan yeni bir kanal ile kanal sayısını üçe çıkardı.

TRT, Hükümetin aldığı bir karar ile 1990 yılında eğitim yayını yapmak üzere 4. televizyon kanalını ve yurtdışına yayın yapacak TRT - INT adı ile 5. bir televizyon yayınını başlattı.[92] Böylece, 4 yıl gibi kısa bir süre içerisinde TRT, televizyon kanallarını 1 kanaldan 5 kanala çıkarmış oluyordu.

92 Televizyonun renkli yayına geçmesi ve çok kanallı duruma gelmesi, herne kadar 5 yıllık Kalkınma Planlarına alınması ile olmuşsa da, hükümet kararları ile Plandan hep önde gitmiştir. 1993 seçimlerinde Meclisin çoğunluğunu kazanarak iktidara gelen ANAP ve onun başkanı Turgut Özal'ın hükümet-

1989 yılında TRT televizyonlarının haftalık yayın süreleri; ülkenin büyük çoğunluğuna yayın yapan TV-l'in bir haftalık toplam yayın süresi 98,5 saat, TV – 2'nin bir haftalık toplam yayın süresi 45 saat, TV - 3'ün haftalık süresi ise 27 saat idi. Böylece, yeni eklenen 3. kanalla toplam yayın süresi 170,5 saate ulaşmış oluyordu. Bu ise, gelişmiş ülke yayınları bir yana bırakılırsa, diğer ülkelere göre oldukça yüksekti. Ancak TV - 2 ve TV - 3'ün tüm ülkeye yaygınlaşması ile bu yayın süresi bir anlam kazanmış; izleyici açısından, yayınların içeriğine de bağlı olarak, gerçekten seçenekli bir televizyon izleme olanağı doğmuştur.

14.3.3.3 Kablolu Televizyon Yayınları

Türkiye'de kablolu televizyon yayınlarının ilk başlama tarihi 1989 yılıdır. Önce, PTT Genel Müdürlüğü'nün bulunduğu kent olarak Ankara'da Çankaya bölgesinde deneme niteliği ile başlatıldı. Kısa zamanda çok büyük ilgi görmesi, çabuk yaygınlaşmasına neden oldu. Büyük ilgi görmesinin en önemli nedeni, çok kanallı bir televizyon yayının izleyiciye sunulmuş olmasıdır. Yıllarca tek kanal, daha sonraları 2. ve 3. kanal yayınla, tek sesli olarak televizyon yayınlarını izleyenler, aynı anda 20 – 30 yabancı televizyon kanalını izleme olanağına kavuşmuşlardır. Abone ücretinin çok düşük olması, bu konuda mali külfeti de çok aza indirdiğinden, kablolu yayınlar kısa zamanda önce tüm Ankara'ya, ardından İstanbul'a ve diğer kentlere yaygınlaşması sonucunu doğurmuştur.[93] Türkiye'de kablolu yayınların başlamasıyla çanak anten kurarak bu yayınları alanların sayısını azaltmıştır. Geçen 25 yıl içerisinde 20 kentte, 1 milyondan fazla aboneye ulaşmıştır.

14.4 Radyo Televizyon Yayınlarında Kaos Dönemi

TRT'nin 1982 Anayasası'nın 133. maddesi çerçevesinde korunan radyo ve televizyon yayınlarındaki tekelinin kaldırılması olgusunu iki aşamalı olarak incelemek

leri döneminde pek çok alanda olduğu gibi, televizyon yayınlarında da hızlı bir gelişme olmuş; deyim yerinde ise 'islim arkadan gelmiş'tir. Hükümet, planların yıllık uygulamalarına uymamış, hep önde gitmiştir. Onun için de TRT'nin gerek renkli televizyon yayınlarına, gerekse çok kanallı televizyona geçişlerinde yeterli hazırlıklar yapılamamış; aksamalar olmuştur.

93 PTT'nin bu olayı başlatmasının nedeni ise, vericilerin o sıralarda TRT'den alınarak PTT'ye devredilmiş olması ve PTT'nin Ankara Gölbaşı'nda uydu yer merkezini kurmuş olması idi. PTT bu yer istasyonlarına (TVRO) gelen yayınları alarak kablo ile evlere dağıtıyordu. Kablolu televizyon yayınlarının PTT tarafından başlatılması üzerine RTYK, bu yayınların Anayasa'ya aykırılığını ileri sürerek, durdurulması için mahkemeye başvurdu. Ancak, mahkeme RTYK'yı haklı bulmadı ve kablolu yayın hizmeti yaygınlaştı.

gerekir. Birinci aşama, bir kısım kişilerin hukuk düzenine karşı çıkarak fiilen yayın tekelini delmesi; özel televizyon ve radyo yayınlarını başlatmaları aşamasıdır. İkinci aşama ise, bu fiili durumu düzeltmek üzere gerekli yasal düzenlemelerin üç yıl içerisinde yapılarak önce Anayasanın ilgili 133. maddesinin değiştirilmesi ve buna bağlı olarak özel radyo ve televizyonların işleyişini düzenlemek üzere yeni bir yasanın çıkarılması aşamasıdır.

14.4.1 Uydu Yayınlarının İzlenmesi

Türk elektronik yayıncılığında önemli bir dönüm noktası 1990 yılında başlamıştır. TRT'nin tekelinin Anayasal olarak devam ettiği bir dönemde, 1980'li yılların ortalarında uydu yolu ile radyo ve özellikle televizyon yayınlarının tüm dünyada izlenmeye başlanması ve bunun getirdiği sorunlar Türkiye'de de etkisini göstermiştir. Çanak antenler aracılığı ile yabancı yayınların (CNN, NBC, SKY Channel, RTL, RAI, UNO gibi) Türkiye'de izlenmeye başlanması, çanak anten furyası hızla devam ederken, görevleri arasında olmamasına karşın belediyelerin de halka daha iyi hizmet verme (!) gibi bir gerekçe ile çanak antenler kurarak dışarıdan gelen yabancı yayınları halka izlettirme yarışları, 1988'de PTT'nin kablolu yayın yolu ile bu yayınları abonelere ulaştırma girişimleri, TRT yayın tekelinin delinmesinin ilk adımı olmuştur. Oldukça hızla gelişen bu duruma karşı hükümetlerin yasal ve yönetimsel önlemleri almayışları ya da alamayışları, İtalya ve Yunanistan gibi ülkelerde görülen yayın karmaşanın / kaosunun ülkemizde de yaşanmasına neden olmuştur.

14.4.2 Anayasa'ya Aykırı İlk Özel Televizyon Yayını

TRT radyo ve televizyon kanal sayılarının fazla olmasına karşın yıllardır süren Devlet (TRT) tekelinin getirdiği tekdüzelik, siyasal erklerin TRT'yi kendi egemenlikleri altında tutma çabaları ve bunda da başarılı olmaları, uydu yolu ile gelen bu kanalların Türk toplumunda büyük ilgiyle izlenmesine neden oldu. TRT yayın tekelinin, Türkçe televizyon yayınları ile delinmesi olayı ise, 1990 yılı Haziran ayından itibaren **Magic Box** adlı bir şirketin uydu yoluyla Lihtenstein'den *Star l* adlı televizyon kanalını başlatması ile olmuştur. Star 1 (daha sonra ismi "Interstar" ve "Star" olarak değişmiştir) televizyon kanalının Türkiye'ye yönelik bu yayını, Anayasaya aykırı olduğu gerekçesi ile Türkiye'de dar bir çevrede tepki ile karşılanırken, Devletin başından başlayarak siyasal iktidar ve diğer siyasal partiler, çeşitli kurum ve kuruluşlar ve halk tarafından olumlu karşılandı. Hatta bu girişim, Anayasa'nın 133.

maddesine aykırı olmadığı, tıpkı CNN gibi uydu yolu ile yapılan bir yayın olduğu şeklinde açıklamalar yapılarak ve savlar ile sürülerek teşvik bile edildi.[94] Interstar televizyon yayınlarını, 1992 yılından başlayarak *Tele-On, Show TV, Kanal 6, HBB TV, Flash TV, TGRT* gibi televizyon yayınları izledi.

14.4.3 Anayasaya Aykırı ilk Radyo Yayınları

Anayasanın 133. maddesine aykırı olarak aynı yılın sonlarına doğru bu kez radyo yayınları başladı; yurt dışından uydu yoluyla yayın yaptıklarını ileri süren radyo yayınları izledi. İngiltere'den *"Number 1 FM"* ile ve Fransa'dan *"Show Radyo"* kanalları ile ilk radyo yayınları başlatıldı. Radyo yayınlarının daha kolay olması, yurt dışından yapılan bu yayınların çanak antenlerle alınarak yurtiçi kurulan karasal vericilerle verilmesi ve bu konuda herhangi bir önlem alınmaması, Anayasadaki TRT tekeline karşı olan bu yayınları daha farklı boyutlara getirdi.[95] Çığ gibi büyüyen radyo ve televizyon istasyonları ile Anayasanın yayın tekelini düzenleyen 133. maddenin hiç bir geçerliliği kalmamış, Anayasa resmen delinmişti. İşte bu durum, siyasi partiler arası bir centilmenlik anlaşması ile 1993 yılı başlarında başlayan yoğun çalışmalar sonucu 7 Temmuz 1993 tarihinde Mecliste kabul edilen bir yasa ile değiştirildi ve devletin elinde bulunan ve TRT kurumu aracılığı ile yürütülen yayın tekeli hukuksal olarak kaldırıldı. Böylece, Türkiye yayıncılık tarihinde ilk kez, 1927 -1936 yılları dışta bırakılırsa, radyo ve televizyon yayınlarındaki Devlet yanında özel girişim yayıncılığına da izin verilmiş oluyordu.

Tüm bu gelişmeler sonucu 1993 yılında, herhangi bir makamdan izin almadan, herhangi bir hukuki dayanağı olmadan uydu yoluyla ya da Türkiye içerisinde karasal vericilerle yapılan radyo ve televizyon yayınlarının sayısı çığ gibi büyüdü ve

94 Ancak burada bir açıklama yaparak, gerçek durumun böyle olmadığını, bu yayınların Türkiye'de hazırlanıp, uydu yolu ile tekrar Türkiye'ye gönderildiğini, tüm çalışanlarının Türk ve yapım malzemesinin, tıpkı TRT yayınları gibi Türk toplumuna ait olduğunu belirtelim. Bir anlamda, bu yayınların CNN gibi, yasal, tüm dünyaya yönelik olarak yapılan yayınlar gibi olmadığını, Türk yasal düzenlemelerinin izin vermemesinden ötürü, "korsan yayın" yayın niteliğinde olduğu söylenebilir. Konu ile ilgili şu çalışmalara bakılabilir: Çaplı, 1994; Tuncel, 1994; Aksoy, 1994; Aziz, 1999.

95 Dışarıdan gelen yayınların karasal vericilerle verilmesi olayının yasal zemini ise, 1989 yılında 3547 sayılı TRT vericilerinin PTT'ye devrini öngören yasanın çıkarılması ile oluşturuldu. Çıkarılan bu Yasa muhalefetin (SHP'nin) Anayasa Mahkemesine iptal için başvurması sonucu iptal edilmiş; ancak, daha önce, gerekli hazırlıklar yapılarak TRT'nin vericileri TRT'den alınarak PTT'ye devredilmişti. Böylece, vericilerle ilgili bir karmaşa içine düşülmüştü. Bu karmaşa sonucu ise, herhangi bir denetim olmadığından, herhangi bir izin olmaksızın özel radyo ve daha sonra televizyon kanalları kendi vericilerini gelişigüzel her tarafa dikmeye başladı.

ulusal, bölgesel ve yerel nitelikte olmak üzere 350 dolayında televizyon kanalına, 1500 dolayında özel radyo kanalına çıkmasına neden oldu. Bu durum pek çok sorunu da beraberinde getirdi. Her şeyden önce, Anayasaya aykırı yayınların söz konusu olması nedeni ile yayınlarla ilgili hukuk düzeni kalmadı. Bu durumun doğal sonucu olarak, çok etkili sonuçlar doğurmasa da yer yer, zaman zaman bu yayınların kapatılması, mahkemelere başvurulması gibi idari ve hukuki sorunlar çıktı. Bu konuda bir diğer önemli sorun da elektromanyetik dalgaların izinsiz kullanımında yaşandı. İzinsiz frekans kullanımının doğal sonucu olarak, *'frekans kirlenmesi'* ya da *'elektronik kirlenme'* denilen olay yaşanmaya başlandı. Radyo ve televizyon kanalları hem kendileri, hem TRT yayınları frekans karışması (enterferans) olayı ile karşı karşıya kaldılar. Frekans tahsisine izin olmadığı ve bunun için de yeterli önlemler alınmadığı için, kamunun malı olan frekanslar, bu özel radyo ve televizyon girişimcileri tarafından "gasp edilmeye" başlandı. Hangi frekans boş bulunursa, getireceği olumsuz etkiler düşünülmeden, yakalanıp yayın yapılmaya başlandı. Bu durum ise, pek çok radyo frekansının güçlü değilse, enterferans (karışma) olayı ile ya hiç yayın yapamaması ya da nitelikli izlenememesi sonucunu doğurdu.

Bu durum ayrıca, telsiz iletişiminde (deniz, hava trafiklerinde) de enterferansa neden oldu. Kısacası, Türkiye 1990 - 1993 yılları arasında elektronik yayıncılık açısından tam bir karmaşa, kaos yaşadı.

Tüm bu kaosun getirdiği olumsuzlukları gidermek üzere bir takım girişimler oldu. Radyo ve televizyon ile ilgili kurum ve kuruluşlar bu gelişmeyi durdurmaya, çözümler getirmeye çalıştılar. Bunlardan, yayınlardan doğrudan sorumlu RTYK (Radyo Televizyon Yüksek Kurulu) mahkemelere suç duyurusunda bulundu. Kurumlar içerisinde frekans tahsisi ile doğrudan ilgili kurum olan Ulaştırma Bakanlığına bağlı Telsiz Genel Müdürlüğü (TGM) genelgeler yayınlayarak ve İçişleri Bakanlığına başvurarak bu istasyonların kapatılmasını istedi. Bu amaçla, 1992-1993 yıllarında 4 genelge yayımlandı. TGM tarafından çıkarılan 4 no.lu 15 Mart 1993 Genelgesi, Genel Müdürlüğün çıkardığı ve sonuçları bakımından en etkili olan genelgedir.

Bu Genelge ile vericisi ülke içerisinde olan tüm özel radyo kanallarının l Nisan 1993 tarihine kadar kapatılması öngörülüyordu. Genelge, çoktan çıkarılması gereken gecikmiş bir karardı ve ilk kez uygulama alanına konulmuş oluyordu

Bu konuda kesin kararlı olan Bakanlığın, verdiği sürenin dolmasıyla tüm özel radyoların yayınlarını sona erdirdikleri görüldü. Ancak, yayın yapmayı kendilerine

verilmiş bir hak olarak kabul eden bu radyolar, siyasileri de yanlarına alarak protesto gösterilerinde bulundular (bkz. Kutucuk 9). Genelgenin uygulanışı 2,5 ay sürdü. Genelgeye karşı başlatılan yoğun kampanya ve hükümetteki değişiklikler ile özel radyolar tekrar açıldı. Ancak, Genelgenin etkisiyle, konunun hukuki yönden çözümlenmesi için TBMM'de ve partiler arasında görüşmeler oldu. Hükümet ve siyasi partiler konuya çözüm getiren çalışmalara başladılar.

Kutucuk 9:

Kaos Dönemi Sonucu: 15 Mart Genelgesi

Genelgeye tepki çok büyük oldu. Verilen 15 günlük süre içerisinde özel radyolar kararı protesto eden, halkı eyleme çağıran yayınlar yaptılar.

Olayı simgeleştirmek için 'siyah kurdele' bağlayarak, "Radyomu istiyorum" kampanyası başlattılar. Taksilerin antenlerine siyah kurdeleler takıldı. İşin en ilginç tarafı ise, başta Meclis Başkanı Hüsamettin Cindoruk olmak üzere, o sıralar DYP Genel Başkanlığı'na soyunan Tansu Çiller ve diğer muhalefet parti başkanları da bu kampanyaya katıldılar; Mecliste yakalarına siyah kurdele takarak "özgür mikrofon istiyorum" türü söylemlere başladılar.

Bu arada bir başka ilginç gelişme oldu; tüm kapatılan radyoları temsilen "Konuşan Türkiye Radyosu" yayına başladı. Vericisinin nerede olduğu bilinmeyen bu radyo aracılığıyla 15 Mart Genelgesinin kaldırılarak, radyo yayınlarının yeniden başlaması için Hükümet üzerinde baskı kurulmaya çalışıldı. Kampanyaya diğer özel televizyon ve yurtdışında vericileri olan radyo kanalları da katıldı. Özellikle Yurtdışından yayın yapan ve bu bakımdan da genelgenin dışında tutulan özel televizyon istasyonları, bir kısmının özel radyo yayınları da bulunduğundan, genelgenin kaldırılması kampanyasını desteklediler. Benzer destek, çoğulculuk adına yazılı basından da geldi. Genelge, siyasi polemik konusu da yapıldı. Muhalefet liderleri ve DYP'nin yeni Genel Başkan adayı Tansu Çiller de Hükümeti suçlayarak, sanki bu radyolar yasalmış gibi, bu kampanyaya katılarak hukuksuzluğun savunucusu oldular. Açıkçası, neredeyse tüm devlet kurumları, anlaşılması güç bir duruş sergileyerek bu korsan yayınları desteklediler.

14.5 Devlet Yayın (TRT) Tekelinin Kaldırılması

14.5.1 1982 Anayasasındaki Değişiklik

Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili tüm bu gelişmeler olurken, oldukça geç ilerleyen yasal çalışmalara da başlandı. Partiler, Mecliste bulunan yeni bir yasanın çıkarılması ilkesinde anlaşarak Anayasanın 133. maddesinin değiştirilmesi kararı aldılar. 8 Temmuz 1993'de kabul edilen 3913 sayılı Yasa ile Anayasanın yayınlarda devlet tekelini öngören 133. maddesi şu şekilde değiştirildi.

"...Madde 133. Radyo ve televizyon istasyonlarını kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir... Devletçe kamu tüzel kişiliği olarak kurulan tek radyo ve televizyon kurumunun... özerkliği ve yayınlarının tarafsızlığı esastır..."

Anayasanın yeni 133. maddesine göre, kuruluşundan (1964) beri varolan Devlet radyo ve televizyon yayınlarındaki tekelci yapı kaldırılıyor, özel radyo ve televizyon istasyonlarının kurulması, çıkarılacak yeni bir yasa çerçevesinde serbest bırakılıyordu. Böylece, 1990 yılından beri Anayasaya aykırı olarak yayın yapan özel radyo ve televizyon yayınlarının Anayasaya aykırılık durumları da kalkmış oluyordu.

Anayasanın değiştirilen 133. maddesinde, devletin yayın tekelini kaldırması yanında getirilen bir diğer önemli düzenleme, devletin tek yayın kurumu olan TRT'nin 'özerk' yapıda öngörülmesidir. Böylece, ilk olarak 1961 Anayasasında "özerk" olarak yer alan ve 359 sayılı yasa (1964) ile *'özerk'* olarak kurulan, ancak 1971 yılında yapılan Anayasa değişikliği ile özerkliği kaldırılan TRT'nin, 22 yıl sonra yeniden özerk yapıya kavuşturulması öngörülüyordu.

14.5.2 Yasal Çoğulculuk Dönemi

1982 Anayasası'nın 133. maddesinin değiştirilmesi ile Türkiye'de yeni bir radyo ve televizyon düzeni getirilmiş; devletin elinde tekel olarak yayın yapan TRT'nin yanında "özel girişimci" ya da 'tecimsel' yayınlara da izin verilmiştir. Bu yeni düzenleme ile özel kişiler, şirket kurma koşulu ile radyo ve televizyon yayın yapma hakkını elde etmişlerdir. Böylece, 1990 yılından beri Anayasaya aykırı olarak yurt içinden, yurt dışından yayın yapan özel radyo ve televizyon istasyonlarının Anayasaya aykırılıkları ortadan kalkmış oluyordu. Ancak, yasal olabilmeleri için değişen 133. maddenin öngördüğü yeni bir radyo ve televizyon yasasının çıkması gerekiyordu. Aynı zamanda, TRT için öngörülen "özerk"liği düzenleyen yeni bir

yasanın da çıkması ya da çıkacak olan yeni yasada bu konunun da düzenlenmesi gerekiyordu. [96]

14.5.3 3984 Sayılı "Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun"

Anayasanın öngördüğü yeni radyo ve televizyon yasası, oldukça uzun süren tartışmalardan sonra 3984 sayı ve *"Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun"* adıyla çıkarıldı ve 20 Nisan 1994 tarihinde yürürlüğe girdi (21911 sayılı Resmi Gazete).

Yeni Yasa, şimdiye kadar çıkarılan radyo ve televizyon yasalarından oldukça farklı idi. Çünkü şimdiye kadar çıkan yasalar, tekel durumundaki kamu yayıncılığını düzenlerken, yeni Yasa, Türkiye'de ilk kez özel radyo ve televizyonları yayınları ile ilgili düzenlemeler getiriyordu. Bu düzenlemeler, hem 1990 yılından beri izinsiz olarak yayın yapan özel radyo ve televizyon yayınlarını, hem de ileride yayına başlayacak olan yeni radyo ve televizyon kanallarını düzenliyordu.

Yasa, genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'deki tüm radyo ve televizyon yayınları ile ilgili düzenlemeleri kapsamakla birlikte -bir kısım maddeleri hariç-1984 yılından beri yürüklükte olan 2954 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Yasasının TRT Kurumunun kuruluşu ve işleyişi ile ilgili maddelerini dışta tutmuştur. Bu bakımdan, 3984 sayılı yeni Yasa ve değişikleri öngören ek yasalar, 2954 sayılı "Türkiye Radyo Televizyon Kanunu"nun yerine yapılan bir yasa niteliğinde değildir. 3984 sayılı Yasa, 2954 sayılı Yasayı kaldırmamış, onun yerine yapılmamış, bir kısım maddelerini iptal etmiştir. Örneğin, *Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu (RTYK)* ile ilgili maddelerini kaldırmış, onun yerine öngördüğü yeni bir kuruluş olarak *"Radyo ve Televizyon Üst Kurulu" (RTÜK)* ile ilgili düzenlemeler getirmiştir.

Yasada, Anayasanın değiştirilen 133. maddesi uyarınca izin verilen özel radyo ve televizyonların kuruluşu, işleyişi, yayın ilkeleri ve yükümlülükleri ile ilgili ayrıntılı düzenlemeler de yer almıştır.

Yasanın 2. maddesinde *"...Her türlü teknik, usul ve araçlarla ve her ne isim altında olursa olsun elektromanyetik dalga ve diğer yollarla yurt içine ve dışına radyo ve televizyon yayınları ile ilgili hususları kapsar..."* denilmektedir. Maddede

96 TRT kurumu açısından son derece önemli olan bu yeni düzenlemenin gerekleri, aradan 18 yıl geçtikten sonra, 2011 yılında çıkarılan ve 2954 sayılı TRT kanununda değişiklik yapan yeni bir kanun ile yerine getirilmeye çalışılmıştır.

iki önemli husus vardır: İlki, elektromanyetik dalgalarla yapılacak yayınları; ikincisi ise elektromanyetik dalga dışında kalan diğer tüm yollarla yapılacak radyo ve televizyon yayınlarını da kapsamına almasıdır. Burada elektromanyetik dalgalarla yapılan radyo ve televizyon yayın tekniği, "kablolu yayın", "kapalı devre yayın" ile "uydu yayınları" ve geleceğin teknolojisinin ürünü olarak kullanılabilecek teknikler de kapsanmaktadır. Bir anlamda Yasa, ileriye dönük olarak, teknolojinin getireceği yayımlama tekniklerini düzenlemeyi de öngörmüştür.

Ø **Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)**

3984 sayılı Yasanın önemli düzenlemesinden biri, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) adı ile yeni bir kurulun kurulmasını öngörmesidir. Bu kurul, hem kamu yayınlarını, hem de özel radyo televizyon yayınlarını düzenleyen ve denetleyen yetkilerle donatılmıştır.

RTÜK'ün, Yasanın kendine verdiği denetim yetkilerini kullanarak özel radyo ve televizyon yayınlarını durdurma, ekran karartma cezaları vermesi ile süren eleştiriler, 3984 sayılı Yasanın RTÜK ile ilgili maddelerinin değiştirilmesine neden oldu ve özel radyo ve televizyonlara verilen cezalar daha yumuşatıldı.[97]

Kutucuk 10:
3984 Sayılı Yasada RTÜK: I

Yasanın 5.-11. maddelerinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun kuruluşu, görev ve yetkileri yer almıştır. Üst Kurul (RTÜK), 2954 sayılı TRT Yasasında yer alan "Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu "(RTYK)'nun yerine, onun bir kısım yetkilerini alarak, ancak ondan çok daha güçlü ve "özerk" yapıda kurulması öngörülmüştür. RTÜK, TBMM tarafından seçilen 9 üyeden oluşmaktadır. Yasanın ilk çıktığında bu üyelerden 5 iktidar partisi (leri), 4'ü ise Mecliste grubu bulunan muhalefet partilerince de seçiliyordu. Bu yapı, 2004 yılında Yasada yapılan değişiklikle 6 + 3 formülüne döndürülmüştür.

RTÜK üyelerinin seçimi, seçilen üyelerin kimliği, çoğunun siyasi partilerle yakın ilişkide bulunan, en azından sempatizanı olan kişilerden seçilmiş olması, RTÜK'ün tarafsızlığı ile bağdaşır görülmemiş ve sürekli kamuoyunda tartışılmıştır.

---

97 RTÜK yapısı ve yetkileri ile ilgili özet bilgi için bkz. KUTUCUK 11: RTÜK. Ayrıntılı bilgi için bkz. Aziz, 1994.

Üst Kurul, pek çok yabancı ve özelikle Avrupa yayıncılık sisteminde görülen kurullara benzerlik göstermektedir. Kurula verilen görev ve yetkiler çok önemlidir. Üst Kurul (RTÜK) 'özerk' olarak öngörülmüştür. Bu sözcüğün açık anlamı, Üst Kurul'un görevlerini yerine getirirken, yetkilerini kullanırken, başta siyasal iktidarlar olmak üzere, toplumdaki çeşitli kurum ve kuruluşlar karşısında bağımsız olmasıdır. Ancak, bu özerkliğin güvence altına alınması önem kazanmaktadır. Bu güvence ise, başta RTÜK'ü oluşturan üyelerin seçiminden başlayarak idari ve mali güvencesinin sağlanması ile geçerlidir.

Seçilen tüm üyelerin, kendilerini aday gösteren siyasal partilerin değil, kendilerini seçen TBMM'nin temsilcileri olarak görmeleri durumunda, Kurul'un yasada yer alan "özerk" bir Kurulu oluşturmada herhangi bir idari engel yoktur. Aynı şekilde, mali özerklik de, Kurul'un kendi gelir kaynaklarına sahip olması açısından, sağlanmıştır. Bu bakımdan Üst Kurul üyelerinin seçildikten sonra Meclis ve siyasal iktidar ile parasal ilişkisi kalmamaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde 3984 sayılı Yasanın, gecikmiş bir yasa olarak çıkması gereken bir yasa olmakla birlikte, Türk radyo ve televizyon yayıncılığını en iyi şekilde düzenleyen bir yasa niteliğinde olmadığı söylenebilir. Elektronik yayıncılıkta hukuk düzeninin alt üst olduğu bir zamanda çıkarılması gereken bir yasaydı. Kimi maddeleri, devlet elinde radyo ve televizyon yayınları alışkanlığı ile hazırlanmıştı. Bu durum o kadar açıktı ki, Yasanın, yayınlarla ilgili birçok maddesi devlet elinde olan TRT yayınları için de öngörülmekteydi. Daha açık söyleyişle, bir kamu hizmeti yayıncılığı görevi verilen TRT ile özel kesimin elinde olan tecimsel radyo ve televizyon kanallarının da tümü ile aynı kurallara uymaları öngörülmüştü.

14.5.4 6112 Sayılı "Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun"

1994 yılından beri uygulanmakta olan, ancak sürekli değişikliklere uğrayan 3984 sayılı *"Radyo Televizyon Kuruluşları ve Yayınları Hakkındaki Kanun",* 3 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe giren 6112 sayılı *"Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun"* ile yürürlükten kalkmıştır. 6112 sayılı yeni Yasa temel olarak 3984 sayılı bir önceki Yasanın bazı maddelerinde değişiklikler yapılmış şekli olmakla birlikte en önemli özelliği, elektronik yayın teknolojisindeki ve hukuk

alanındaki gelişmeleri kapsamış olması; Avrupa radyo ve televizyonla ilgili hukuk düzenlemelerine ve özellikle de Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne uyum süreci çalışmaları çerçevesinde Avrupa Birliği'nce kabul edilen *"Avrupa Görsel-İşitsel Hizmetler Yönergesi"*ne uyumlu duruma getirilmesidir. Kuşkusuz yeni Yasanın en önemli bir diğer özelliği de geçen bu süre içerisinde özel radyo ve televizyon kuruluşlarının şikayet ettiği hususların çözümlenmesi; onların yararına hükümler getirmesidir.[98]

Yeni Yasa'da RTÜK yapısı aynen saklı kalmış; bölüm ve maddeleri değiştirilmiş, yetki ve görevlerinde küçük eklemeler yapılmış ve RTÜK'ün teşkilat yapısına varıncaya kadar en ayrıntılı biçimde 11 madde halinde düzenlenmiştir (bkz. EK 4: madde: 34-44).

RTÜK'ün görev ve yetkileri, özet olarak belirtmek gerekirse, eski görevleri daha genişletilmiş, kapsamlı duruma getirilmiştir (Özet bilgi için bkz. Kutucuk: 11).

Kutucuk 11:

6112 Sayılı Yasa'da RTÜK: II

Üst Kurul'un görevleri: *RTÜK'ün görev ve yetkileri Yasanın 11. Bölümünde "Radyo ve Televizyon Üst Kurulu" başlığı altında 37. maddesinde 28 şık halinde düzenlenmiştir. Aşağıda bu şıklar özetlenerek verilmektedir.*

- *Özel radyo ve televizyon kanallarına ayrılan frekansların, ihale yolu ile tahsisi ve yayın içeriklerinin yasalara uygunluğunu denetlemek;*
- *Kanal ve frekans bantları tahsis etmek; bu kanal ve frekansların ödeyecekleri yayın izni ve lisans ücretlerini ilgili yönetmeliklerle belirlemek;*
- *Radyo ve televizyon kuruluşlarına, ulusal, bölgesel ve yerel yayınları için ulusal kanal ve frekans bandı planlamalarına uygun işletme izni vermek ve denetlemek;*
- *Radyo ve televizyon yayınlarının yayın ilkelerine ve Türkiye'nin taraf olduğu milletlerarası antlaşmalara uygunluğu açılarından denetlenmesini yapmak;*
- *Yayın kuruluşlarının, bu Kanun hükümlerine aykırı yayın yapması ve tahsis şartlarına uymaması halinde gerekli müeyyideleri uygulamaya karar vermek;*

98 Yeni Yasa maddeleri için bkz. EK 4: 6112 Sayılı *"Radyo ve Televizyon Kuruluşları ve Yayınları Hakkında Kanun"* ile Yasanın analizi için Aysel Aziz (2013), **Erol Mutlu'ya Armağan** (basılmakta).

- *Yurt içinde, yayınların ulaşamadığı yerlerde, yerel imkânlarla radyo ve televizyon vericisi kurulmasına izin vermek;*
- *Uydu aracılığı ile yurt içinden veya yurt içine yapılacak yayınların ulusal ve uluslararası ilke ve esaslara uygunluğunu gözetmek, bu amaçla diğer ülkelerdeki yetkili kuruluşlarla işbirliği yapmak.*
- *Uluslararası yayın ile ilgili kuruluşlarda ve toplantılarda temsil görevini yerine getirmek ve ilgili belgeleri imzalamak;*
- *Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili olarak kamuoyu araştırmaları yapmak.*
- *Bu Yasa ve Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ilkelerine uygun biçimde çalışma ve faaliyetleri ile ilgili yönetmelik ve diğer düzenlemeleri hazırlamak.*
- *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu üyelerinin atanmasına ilişkin yetkiler (bkz. EK 4: 6112 sayılı yasa).*

Ø **Yayın Hizmet İlkeleri:**

6112 sayılı Yasanın, 3. Bölümün 8. maddesinde "Yayın Hizmet İlkeleri" adı altında 3 madde ve 23 şık halinde düzenlenmiştir. TRT ve özel kanalların uymaları gereken bu yayın ilkelerinin çoğu, 3984 sayılı Yasada yer alan, TRT'nin ve özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yayınlarında yıllardan beri uyguladığı yayın ilkeleridir. Ancak bu ilkeler, özellikle, Avrupa Konseyi'nin ve Avrupa Birliği'nin kabul ettiği iki yönergeyle de uyumlu duruma getirilmiştir. Yayın ilkeleri içerisinde en önemli değişiklik ya da vurgulanan husus çocuk ve gençlerin yayın yoluyla gelecek olumsuz mesajlara karşı sıkı sıkıya korunmuş olmasıyla ilgili yayın ilkeleridir. Bu tür düzenlemelere Yasanın diğer maddelerinde –örneğin reklamlar ilgili düzenlemelerde- de rastlanmaktadır (bkz. EK 4: madde 8/2-3).

Yeni Yasanın bir diğer önemli özelliği de reklamlar ve tele-satışlarla ilgili düzenlemelere, Avrupa Konseyi / Parlamentosu ve Avrupa Birliği'nin düzenlediği yönergelere uyum sağlama amacıyla, geniş yer vermesidir. Bu düzenlemelerde, eski yasanın reklamlarla ilgili kısmı genişletilmiş, Avrupa Birliği tarafından hazırlanan Görsel –İşitsel Medya Hizmetleri Yönerge'sinde yer alan pek çok düzenlemeye,

Yasanın 4. Bölümünde "Yayın Hizmetlerinde Ticari İletişim" başlığı altında 5 madde ve 36 şıkta ayrıntılı olarak yer verilmiştir (bkz. EK 4: m. 9-13).

- **Yayın Dili:**

3984 sayılı Yasa'nın 4. maddesinde yayın diliyle ilgili olarak, Türkçe dışındaki dillerde de yayın yapılabilmesine olanak tanıyan değişiklik, 2003 yılında yapılmış ve Türkçe dışındaki dillerde de yayın yapılması olanağı getirilmişti.[99] 6112 sayılı Yasada yayın ile ilgili madde, daha kısaltılarak ve yalınlaştırılarak şöyle düzenlenmiştir:

"Yayın dili

MADDE 5 – *(1) Yayın hizmetlerinin Türkçe yapılması esastır. Ancak Türkçe dışındaki dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Yayınlar seçilen dilin kurallarına uygun olarak yapılmak zorundadır. Bu yayınlara ilişkin usul ve esaslar Üst Kurulca yönetmelikle belirlenir..."*

Yasanın özel radyo ve televizyon sahipliği için getirdiği en önemli düzenleme -eski yasada 29. maddede düzenlenmişti- 19. maddede 8 şık olarak yer almıştır.

Madde 19/1 (a) "Yayın lisansı, münhasıran radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti sunmak amacıyla Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre kurulmuş anonim şirketlere verilir. Aynı şirket ancak bir radyo, bir televizyon ve bir isteğe bağlı yayın hizmeti sunabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, yayın lisansının verilmesinden sonra da ana sözleşmelerine bu maddedeki esaslara aykırı hükümler koyamazlar. Ana sözleşme değişiklikleri bir ay içinde Üst Kurula bildirilir..."

Maddeyi biraz daha açacak olursak, radyo ve televizyon yayıncılığı hakkı, yalnızca anonim şirketlere verilmektedir. Bir şirketin ancak bir radyo ve televizyon kanalı ile bir isteğe bağlı yayın hizmeti olabilir.

Yasanın 19/b şıkkında ise, kimlerin şirket kurarak yayın hakkını elde edilemeyeceği de öngörülmüştür. Bu düzenlemenin de ayrıntılı olarak bilinmesinde yarar vardır.

99 Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik için başvuru sürecinde koşul olarak ileri sürülen bu değişiklik, 3984 sayılı Yasada şu şekilde yeniden düzenlenmişti: *"...Madde 4. ....Yayınların Türkçe yapılması esastır. Ancak, evrensel kültür ve bilim eserlerinin oluşmasına katkısı olan yabancı dillerin öğretilmesi veya bu dillerde müzik veya haber iletilmesi amacıyla da yayın yapılabilir. Ayrıca kamu ve özel radyo ve televizyon kuruluşlarınca Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Bu yayınlar, Cumhuriyetin Anayasada belirtilen temel niteliklerine, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne aykırı olamaz..."*

Madde 19/b "...Siyasî partiler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, birlikler, dernekler, vakıflar, mahallî idareler ve bunlar tarafından kurulan veya bunların doğrudan veya dolaylı ortak oldukları şirketler ile sermaye piyasası kurumları ve bunlara doğrudan veya dolaylı ortak olan gerçek ve tüzel kişilere yayın lisansı verilemez. Bu kuruluşlar, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara doğrudan veya dolaylı ortak olamaz..."

Bu düzenlemeyle Türkiye'de radyo ve televizyon yayın yapma hakkı - kamu hizmeti yayıncılığı olarak- TRT'ye ve ticari şirketlere verilmektedir.[100] Gelişmiş Batı ülkelerindeki sivil toplum örgütlerine, bu arada bu konuda eğitim yapan örneğin iletişim fakültelerine bu hak verilirken, yeni Yasa kapsamında bu hak kaldırılmıştır.[101]

Ø Türkiye'de Görsel-İşitsel Medya Sahipliği

Türkiye'de özel radyo ve televizyon yayınlarının başlaması ile birlikte, bu yayınlarının mülkiyeti ile ilgili olarak da oldukça ilginç bir medya sahipliği olayı da yaşanmaktadır. Uluslararası adı ile "çapraz mülkiyet" olarak adlandırılan bu düzenlemede en önemli husus ise, yani gazete, dergi gibi yazılı medyanın sahipliği ile özel radyo ve televizyonların sahipliğinin aynı ellerde toplanması ve bu durumun giderek daha da artması ve medyada tekele giden "medya patronlarının" ortaya çıkmasıdır.

3984 sayılı yasanın ilk halinde elektronik medya sahipliği ile ilgili sınırlayıcı düzenlemeler getirilmiş olmakla birlikte, bu kurallara görünüşte uyulduğu; yapılan değişikliğin de gerçeği yansıtmadığı ve gerçek durumla örtüşmediği bilinmektedir. Pek çok yayın şirketinde neredeyse birkaç radyo ve televizyon kanalının yüzde yüzünün bir kişiye ait olduğu ve yasada öngörülen kurallara uyulmadığı; hatta bunun için birtakım 'bypass'lar yapıldığı da anılardadır. Bu durumun en önemli nedeni ise, hukuksuz olarak başlatılan bu yayınlarda, başlangıçta herhangi bir sınır olmaması; isteyenin, gücü yetenin istediği kadar radyo ve televizyon frekansını ve kanalını tutması; herhangi bir yasa kuralı ile kendini bağlı saymaması olarak gösterilebilir.

100 Bu durumun istisnası ise kurumsal hizmet vermek amacıyla yayın yapan Türkiye Polis Radyoları ile Meteoroloji radyosudur.

101 Bu konuda 2004 yılında 3984 sayılı yasada değişiklik yapılarak iletişim fakültelerine bu hak verilmişken, daha sonra bu hak geri alınmış ve 6112 sayılı yasada da yer verilmemiştir. Ancak, Anadolu'daki bazı üniversitelerin iletişim fakülteleri, frekans ihalesi yapılıncaya kadar var olan radyo yayınlarını, RTÜK'e daha önceden yapmış oldukları başvurulara dayanarak, devam ettirmektedirler.

90'lı yılların sonuna doğru, RTÜK'ün işlevlerini yapmaya başlamasıyla radyo ve televizyon kanallarının sahipliğinde, yasalara uyulmaya çalışılmış; kanalların verim durumuna ve medya piyasasına girmeye çalışan yeni gruplarla birlikte mevcut radyo ve televizyon ve hatta yazılı basın el değiştirmeye başlamıştır.[102] Bu konuda önemli bir diğer etken de var olan yayın şirketlerinin Maliye Bakanlığı'na olan vergi borçlarını ödememelerinden ötürü ellerinde bulunan radyo ve televizyon ve diğer medyanın satışa çıkarılması olmuştur. Bu konuda en önemli gelişme Uzan Grubunda meydana gelmiştir.[103]

Ø **Yabancı ortaklık:**

Yasada bir diğer önemli değişiklik (madde 19/f) yabancı ortaklar ilgili olarak getirilen düzenlemedir. Bir özel radyo ve televizyon yayın kuruluşunda yabancı sermayenin payı ödenmiş sermayenin % 50'sine çıkarılmıştır. Böylece eski yasadaki % 25 oranı yüzde yüz arttırılarak %50 gibi bir orana yükseltilmiştir. Ancak, bu oran, Türkiye'de şirket kuran yabancılar için % 99'a kadar çıkmaktadır. Ayrıca, bir özel radyo ve televizyon yayın kuruluşunda ortak olan gerçek veya tüzel yabancı kişinin bir başka radyo ve televizyon kuruluşuna ortak olamayacağı hususu da yasada yer almaktadır[104] (bkz. Kutucuk 12).

102 2004 yılı itibarıyla Türkiye'deki radyo ve televizyon yayıncılığını da içine alan 4 medya grubu bulunmaktaydı. Bu gruplar;

- Doğan Medya Grubu (% 17 televizyon/ % 77 gazete-dergi),
- Merkez Medya Grubu (%13 televizyon/ %42 gazete-dergi),
- Çukurova (% 18 televizyon/ % 12 gazete-dergi),
- Star (% 9 televizyon/ % 2 yazılı)
- İhlas (% 8 televizyon/ % 4 yazılı)
- TRT dahil diğer medya grupları (% 35 televizyon /% 63 gazete-dergi) (bkz. Çaplı 2005, s.2004).

103 Uzan ailesinin, İmar Bankasındaki borçlarına karşılık mal varlığına el konulmasından sonra Star Medya grubu varlıkları olan radyo TV ve bir gazetenin (Star gazetesi) 21 ve 22 Eylül –5 Ekim 2005 tarihlerinde Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından ihale yolu ile satıldı. Satılan radyo ve televizyon kanalları şöyle: SUPER FM (CGS /Kanada ortaklıklı gruba); METRO FM (CGS ortaklığına ait Pasifik TV ve Radyo Yayıncılık A.Ş); JOY TÜRK, (JOY FM ihalesi ihale bedelinin altında teklif verildiği için satılamadı ve karar ve Üst Kurul'a bırakıldı.), STAR (Doğan Medya Grubuna), KRAL FM (Çukurova Medya Grubuna) satıldı.

104 Türkiye'deki radyo ve televizyon yayıncılığında yabancı ortaklık konusu, açık olarak görülmezken, ilk kez Uzan grubunun TMSF tarafından satışı sırasında yabancıların da satışla ilgili ihalelere girdikleri ve Kanada'nın büyük medya grupları içerisinde yer alan CANWEST medya grubunun Uzanlar'ın iki radyo kanalını aldıkları görülmüştür. Ancak burada bir çelişki de ortaya çıkmıştır. Çünkü yabancılar Türkiye'de ancak % 25 oranında pay sahibi olabilmekte idiler. Bu durum yeni Yasa ile değiştirilmiş, % 50 ye çıkarılarak ve başka düzenlemeler de yapılarak yabancılara, radyo televizyon sahipliği konusunda daha geniş haklar tanınmıştır. Bu konuda en son satış ise Turkuvaz Medya Grubu

Kutucuk 12:[105]

Türkiye'de Yabancı Yayın Kuruluşları

Yatırımcı:	*Mecralar:*
Canwest (Kanada)[105]	*Süper FM - Metro FM - Joy FM - Joy Türk*
Turner Broadcasting (ABD)	*TV 2 (TNT olarak alındı ve 2012'de kapandı)*
News Corp. (ABD)	*Fox TV*
Lusail (Katar)	*ATV - Sabah Gazetesi (ATV'de ortaklık payı var)*
Axel Springer (Almanya)	*Doğan TV*
GEM Blobal (Bahamalar)	*N.A.R. Radyo Grubu Karma Turk - Rock FM -*
	Karma Love- Radyo Alaturka
Pal Medya (Azerbaycan)	*Pal FM – Pal Station*
Global Radyo Grubu (Çin-Finlandiya)	*GBTIMES (Ocak 2013/ Radyo MEGA'yı kiraladı)*
Rusya'nın Sesi (Rusya)	*RS FM (Voice of Russia) (2011)*

Kaynak: Kuyucu 2012. s. 287

14.5.5 2954 Sayılı Yasada Değişiklik Yapan 5767 Sayılı Yasa

Eski Yasanın boşlukta bıraktığı hususlar da vardı. Anayasanın değişen 133. maddesi, 1964 yılından beri kamu hizmeti yayını yapan TRT'nin yapısını "özerk" olarak öngörüyordu. Bunun anlamı, özerk yapının kurulması için, kurumun yetki ve sorumluluklarında, organlarının oluşturulmasında, siyasal iktidar ile olan ilişkilerinde yeni düzenlemelere gereksinimi olduğu, bir diğer deyişle 2954 sayılı TRT Yasanın değişmesi gerektiği hususu idi. 3984 sayılı Yasada ve sonraki yıllarda yapılan değişikliklerde de TRT ile ilgili herhangi bir düzenleme öngörülmemiş; kamu hizmeti yayıncılığı yapmakla görevlendirilen TRT'nin kuruluşunu düzenleyen yeni bir yasanın çıkarılması 15 yıl geçtikten sonra 2009 yılında gerçekleşmiştir. Ancak yine de yeni bir yasa çıkarılması yoluna gidilmemiş; 2954 sayılı TRT yasasının bazı maddelerini değiştiren 5767 sayılı yasa ile karşılanmaya çalışılmıştır. Bir

(ATV)'nun Avustralyalı medya patronu News Corp. sahibi Rubert Murdoch'a satılması olayıdır. Ancak, daha sonra Çalık Grubu, bir basın bülteniyle, Turkuvaz Medya Grubunun bünyesinde bulunan ATV'nin Murdoch'a satılmadığını duyurdu.

105 Canwest – Kanada Türkiye'den çekildi. Radyoları Türkiye'den SPECTRUM Medya adlı gruba sattı.

diğer deyişle, TRT'nin yapısı, 15 yıl gibi oldukça uzun bir süre Anayasanın 133. maddesine aykırı olarak sürdürülmüştür.[106] 2009 yılında yapılan yasa değişikliği ile Anayasanın 133. maddesinde "özerk" olarak yer alan TRT'nin yapısında herhangi bir değişiklik getirmemiştir. Çünkü TRT'nin özerk olarak öngörülmesinin temelinde "idari özerklik", "yayıncı özerkliği" ve "mali özerklik" ilgili düzenlemelerin yer alması gerekmektedir. Oysa bu konularda herhangi bir düzenleme getirilmemiş; "TRT'nin özerkliği" içi boş bir kavram olarak kalmıştır. Bu konuda en önemli husus; özerk bir kurum olarak öngörülen TRT'nin genel müdür ve yönetim kurulu üyelerinin bir başka "özerk" kurum olarak öngörülen RTÜK tarafından seçilmesi ve görevden alınması ile ilgili çelişkili düzenlemedir. **(bkz. EK: 5)**

14.5.6 Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi

Türk yayıncılık açısından yasa hükmünde bir diğer hukuk belgesi, "Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi"dir. Yukarıda da açıklandığı üzere, Sözleşme'nin Türkiye açısından önemi büyüktür. Çünkü şu anda yürürlükte olan radyo ve televizyon ile ilgili yasal düzenlemelerin içerisinde uyulması gereken Uluslararası bir hukuk düzenlemesidir. Bir bakıma, 1994 yılında çıkan ve Mart 2011 yılına kadar yürürlükte olan 3984 sayılı radyo ve televizyon ile ilgili yasanın çıkmasındaki gecikmenin, bu belgenin onayının beklendiği şeklinde yorumlar da yapılmıştır. Çünkü çıkacak yasanın bu Sözleşme'de yer alan ilkelere aykırı olmaması gerekiyordu. Yasa'nın gerek tanımlar, gerek genel ilkeler ve gerekse haber, program ve reklamlarla ilgili düzenlemelerde Sözleşme'de yer alan kuralları ya aynen alınarak ya da genel niteliği ile uyumlu hale getirilmesine özen gösterilmiştir.

Aynı şekilde 3984 sayılı yasanın yerine yapılan 6112 sayılı yeni "Radyo ve Televizyon…" yasası de yine bu sözleşmeye uygun olarak düzenlenmiştir.

14.5.7 Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi

Radyo ve televizyon yayıncılığı ile ilgili olarak uluslararası belge niteliğindeki bir başka hukuki düzenleme, daha önce değinildiği üzere, Avrupa Parlamentosu ve

106 TRT'nin Anayasa'nın 133. maddesinde öngörülen "özerk" yapıyı sağlayan yeni bir yasa uzun süre çıkmamış ya da çıkarılmamıştır. Hükümetlerin ve asıl önemlisi, yaptığı anayasal ve yasal değişikliklere sahip çıkması gereken Meclis, siyasal partiler ve hatta Anayasa Mahkemesi ve özerk bir yapıya kavuşacak olan TRT Kurumunun kendisi bu duruma, anlaşılması zor nedenlerle, kayıtsız kalmıştır.

Avrupa Birliği Konseyi'nin 10 Mart 2010 tarih ve 2010/13/EU sayılı kararı ile kabul ettiği *"Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi" dir.*[107]

Yönerge, genel olarak radyo ve televizyon yayınlarını düzenlemekle birlikte, görsel özelliğinden ötürü televizyon yayınlarıyla ilgili düzenlemeler daha çoktur.

Yönergenin, Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınları için de bağlayıcı niteliği vardır. Bu durum 6112 sayılı Yasanın hazırlanmasında kendini çok açık olarak belli etmiş; Yasada yer alan tanımlardan ilkeler ve yayınla ilgili –özellikle ticari yayınlarla ilgili düzenlemeler, o zamana kadar yayıncılık literatüründe / belgelerinde geçmeyen bir yayın meslek dili (jargonu) aynen ya da benzer şekliyle 6112 sayılı "Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Hizmetleri Hakkında Kanun"a alınmıştır.

14.5.8 Yasaların Uygulanması ve Denetim

Gerek 3984 sayılı ve gerekse 6112 sayılı radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili yasaların uygulanması, özellikle ilk yıllarda çok sorunlar yaratmıştır. Özellikle o zamana kadar herhangi bir kurala bağlanmadan yayın yapma alışkanlığının ya da sınırsız özgürlüğün tadını almış olan özel radyo ve televizyon kanalları, yeni yasanın hükümlerine uymakta güçlük çekmişlerdir. RTÜK, özel radyo ve televizyon yayınlarında yayın ilkelerine uygunluğunun denetiminde; yayınlarda porno, şiddet ve kişilik haklarına saldırı niteliğinde yayınlara yer verdikleri gerekçeleriyle özel radyo ve televizyon kanallarına uyarı ve kapatma cezaları vermiştir. Bu tür bir uygulama ise, başta bu yayın kuruluşları olmak üzere çeşitli kuruluşların ve hatta izlerkitlenin de tepkisini çekmiştir. TRT'nin yayınlarını da denetim altına alan RTÜK, özellikle haber yayınları ile ilgili TRT'ye de ceza vermiştir.[108]

Özetle belirtmek gerekirse Türkiye'de elektronik yayıncılığın yönetsel yapısı incelendiğinde, önceleri kısa bir süre için de olsa özel girişim elinde bir yayın anlayışının egemen olduğu, daha sonra ise çeşitli hükümet ve devlet kuruluşlarının

107 Yönerge, Avrupa Konseyi ve Avrupa Birliği Parlamentosu başkanları tarafından Strasbourg'da imzanlanmıştır. Yönerge, Avrupa Parlamentosu Adına Başkan J. BUZEK ve AB Konseyi Adına Başkan D. LÓPEZ GARRIDO tarafından Strazburg'da 15.10.2010 tarihinde imzalanmış ve Avrupa Resmi Gazetesinde yayınlandıktan 20 gün sonra yürürlüğe girmiştir.

108 RTÜK, 24 Aralık 1995 Milletvekili Genel seçimleri öncesi, seçim yasaklarına girdiği gerekçeleriyle de kısa süreli kapatma cezaları (ekran karartma) vermiştir. Bunlar içerisinde en önemli ceza, TRT'nin, seçim yasaklarına giren haberlerde, siyasal iktidar yanlısı yayın yaptıkları gerekçeleriyle iki kez uyarı cezasından sonra, TRT Genel Müdürü **Prof. Dr. Tayfun Akgüner** ile TRT Yönetim Kurulunun görevden alınması cezası idi. Türk yayıncılık tarihinde ilk kez meydana gelen bu olayda RTÜK'ün vermiş olduğu karar, büyük yankılar uyandırmıştır.

yönetiminde yayınların sürdüğü görülmüştür. Radyo ve televizyonun özellikle tüm ülkede gerek kapsama alanı yönünden ve gerekse yayınların içeriği yönünden daha etkili olmaya başlaması ile tarafsızlık önem kazanmıştır. 1961 Anayasası ile Anayasa güvencesine alınan radyo ve televizyon yayınları ve bu tarafsızlığı sağlayan yasa maddeleri ile korunmuştur. Ancak, tüm bu çabalara karşın, zaman zaman Yasa'daki somut ölçütlerin dışına çıkılarak tarafsızlığa gölge düşürücü bir yayın siyasasının izlendiği de görülmüştür.[109]

1990 / 1991 yıllarında Anayasa ve yasalara aykırı olarak başlayan radyo ve televizyon yayınları, 1993 yılında, bu yayınları düzenlemek amacı ile 1982 Anayasası'nın 133. maddesinde yeni bir düzenleme yapılmasını gerektirmiş ve yapılan Anayasa değişikliği ile elektronik yayınlardaki devlet tekeli kaldırılmıştır. Böylece, 1938 yılından beri hükümetlerin, daha sonra devletin elinde olan radyo ve televizyon yayınları ile ilgili yeni bir sistem getirilmiş, devlet yayın kurumu olan TRT'nin yanında özel radyo ve televizyon yayınları serbest bırakılmıştır. 1994 yılında da bu yayınları düzenleyen, 3984 sayılı *"Radyo ve Televizyon Kuruluşları ve Yayınları Hakkında Kanun"* çıkarılmış ve böylece tüm özel radyo ve televizyon kanalları yasal çerçeveye alınmıştır.[110]

3984 sayılı Yasa, yürürlükte kaldığı 17 yıl boyunca, yasa maddelerinin uygulanmasında sorunlar çıktıkça çeşitli maddeleri değiştirilmiştir.[111] 2011 yılında ise, gelişen teknoloji, toplumsal yapı ve küreselleşme –özellikle Avrupa Birliği'ne girme sürecinin başlaması gibi nedenlerle, mevcut yasanın ihtiyacı karşılamaması nedeniyle, 6112 sayılı yeni bir Yasa çıkarılmıştır.

109 Kuruluşundan beri "TRT ve siyasal yapı ile ilişkiler"le ilgili bir inceleme için bkz. Aziz, 1994.

110 Bu Yasanın adı, yanlış bir kullanımla, RTÜK Yasası olarak adlandırılmaktadır. Oysa Yasa, RTÜK'ün yapısı ve işleyişi ile ilgili hükümler içermekle birlikte, tüm özel radyo ve televizyonlarla ilgili düzenlemeleri de getirmektedir. Ayrıca, yukarıda görüldüğü üzere, TRT'nin uyması gereken maddeleri hem genelde, hem de özelde vardır.

111 3984 sayılı Yasada 47 maddede değişiklik yapılmış, hatta değiştirilen maddeler bir kez daha değiştirilmiştir. Bu değişikliklerin en büyüğü ise 2002 yılında yapılmış; 4756 sayılı yasa ile toplam 35 madde değiştirilmiştir. Bir anlamda yasa yamalı bohçaya dönmüş, gelişen iletişim teknolojisinin gerisinde kalmıştır.

BÖLÜM 15:

RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ BUGÜNKÜ DURUMU

Günümüzde Türkiye'deki radyo ve televizyon yayıncılığı ile ilgili sistem olarak hem kamu hizmeti yayıncılığı, hem de ticari yayıncılığı birlikte sürdüren karma ya da ikili bir yayın sistemi vardır. Kamu hizmeti yayıncılığı, Devletin tekelindedir ve Anayasa güvencesindedir. Bu ikili sistem yanında bir üçüncü sistem ise kurumsal yayınlardır. Bu yayıncılık da, belirli hizmetleri yapmakla birlikte, kamu hizmeti yayıncılığı kapsamına alınabilir.

Bugün Türkiye'de yayın yapma hakkı olan radyo frekansları ve televizyon kanalları ile ilgili olarak şöyle bir gruplandırma yapılabilir:

- Kamu hizmeti yayıncılığı yapan radyo ve televizyonlar. Bu yayınlara örnek olarak TRT radyo ve televizyon istasyonları verilebilir.
- Özel kesimin elinde bulunan ticari radyo ve televizyonlar. Bu tür radyo ve televizyon istasyonları, 1990'lı yıllarla birlikte yayına başlayan ulusal, bölgesel ve yerel özel radyo ve televizyon istasyonlarıdır.
- Kurum ve kuruluşlara bağlı radyo ve televizyon istasyonları. Kurum ve kuruluşların kendi hizmetlerini topluma daha iyi götürmek üzere yasalarda yer alan Polis, Meteoroloji ve üniversite radyo ve televizyonlarıdır.

Radyo ve televizyon yayıncılığı, TRT radyoları yolu ile yapılan kamu hizmeti radyo yayıncılığı ile 1994 yılından beri yasalara bağlı olarak yayın yapan özel girişim radyo yayıncılığı ile kurum radyo ve televizyon yayınları olarak iki ayrı grupta incelenebilir. Çünkü her iki türdeki radyo ve televizyon yayınlarının, gerek yayın felsefeleri, gerek yayın işlevleri, gerekse yayın formatları birbirinden oldukça farklılık göstermektedir.

15.1 Radyo Yayıncılığı

Türkiye'de radyo yayıncılığının 80 yıla yaklaşan bir serüveni vardır. TRT'nin elinde bulunan radyo frekans sayısı ile tecimsel radyo frekans toplam sayısal durumları şöyledir:

Radyo yayını yapan kuruluşların toplam karasal vericileri sayısı 5200'dür.

- Ulusal radyo yayını sayısı: 37 (4'ü TRT'nin), karasal vericisi: 1700 adet
- Bölgesel radyo yayını sayısı: 98 (9'u TRT'nin) karasal vericisi: 1200 adet
- Yerel radyo yayını sayısı: 873, karasal vericisi: 2300 adet (Çaplı, 2005 ve rtuk.gov.tr)

Radyo yayınlarının günümüzdeki durumunu anlatmadan önce, bugüne kadarki gelişmelere kısa da olsa değinmek gerekir. 1990'lı yılların başında, TRT yayınlarının yanında Anayasa ve yasalara aykırı olarak da olsa, özel radyo yayın formatlarında da büyük değişiklikler olmuştur. Öncelikle, TRT radyolarında sınırlı olarak yapılan canlı yayınlar, özel radyo yayınlarının başlaması ile büyük ölçüde canlı olarak yapılmaya başlanmıştır. Genelde "Home Studio" tipi, bilgisayarlı bir teknik alt yapı ile yayın yapan bu radyolarda gündüz ve akşam saatlerinde çoğu kez tek sunucu - band / CD çalar bir program formatı benimsenmiştir. Çoğunlukla müzik yayını yapan bu yayınlarda telefon bağlantılarıyla sözlü; faks, SMS, facebook ve twitter gibi yazılı iletişim araçlarıyla anında ya da çok kısa süreler içerisinde izleyiciyle yakından iletişim içerisinde bulunarak; onların görüşleri, istekleri, yorumları radyolardan aktarılarak yayınlar sürdürülmektedir. Bir başka deyişle, TRT'nin daha önce -iletişim araçlarındaki olanakları çerçevesinde- sınırlı olarak yürüttüğü benzer yayın formatları, geliştirilmiş ve hemen hemen müzik yayını yapan radyolarda genelleştirilmiştir.

Radyo yayınları ile gelişmeleri ve bugünkü durumu TRT Radyoları, özel radyolar ve kurumsal radyolar olarak üç grupta incelemek de yarar vardır.

15.1.1 TRT Radyoları

TRT'nin bugün içe yönelik, topluma seslenen 14 kanalı vardır. Bunlardan 10'u ulusal, 3'ü bölgesel, 1'i yerel radyo kanalı ile dış ülkelere propaganda amaçlı yayın yapan 2 yurt dışı radyo yayını ile turizm radyoları vardır.

Bu radyolar; Radyo 1, TRT FM, Radyo 3, Radyo 4, TRT Nağme, TRT Türkü, Ankara Radyosu olarak 10 ulusal radyo; Diyarbakır (GAP), Erzurum ve Çukurova

radyoları olarak 3 bölgesel radyo yayını ile yerel yayın yapan Trabzon Radyosu vardır. Ayrıca, Antalya'da programları yayınları yapılan Turizm radyoları ile TRT'nin dışa yönelik olarak *"Türkiye'nin Sesi Radyosu"* /TSR (*"Voice of Turkey"* /VOT) ile TRT Avrupa FM radyoları vardır.

Ulusal yayınların kapsama alanları ülkenin hemen hemen tümü kapsar niteliktedir.

- **Radyo-1**: Ülke nüfusunun % 98,5'ini kapsamaktadır. Her türde izlerkitleye seslenen her türlü programa yer vermektedir.
- **TRT FM:** Daha çok canlı ve haber ağırlıklı yayın yapar. belli zamanlarda Radyo 1 ile ortak yayını vardır.
- **Radyo-3**: Kapsama oranı da Radyo-1'in kapsama oranına yakındır (% 98). Stereo yayın olarak yabancı müzik yayını yapar.
- **Radyo-4:** Kapsama oranı da Radyo - 3'e yakındır. Türk Sanat ve Halk Müziği yayını yapmaktadır.
- **Radyo Nağme:** Türk müziği yayını yapmaktadır.
- **Radyo Türkü:** Yayınlarının tümünü türkü programları oluşturmaktadır.
- **Radyo 6:** Güneydoğu Anadolu bölgesinde Kürtçe yayın yapan TRT radyosudur. 1 Mayıs 2009 tarihinde yayınına başlamıştır.
- **Turizm radyoları:** Türkiye'nin turizme açık 14 merkezinde karasal FM yayını olarak yapılmaktadır. 1990 yılı Temmuz ayından başlatılmıştır. Turizm radyolarının amacı, Türkiye'de bulunan yabancı turistleri gerek ülkemiz, gerekse dünyada olup bitenler hakkında bilgilendirmek, hava raporu, yol durumu ile ülkeyi tanıtıcı kültür programları ile müzik yayını yapmaktır. 24 saat yayın yapan bu radyolar İngilizce ağırlıklı olmak üzere Almanca, Fransızca, Rusça ve Yunanca yayın olarak 5 dilde yayın yapmaktadır.[112] Bu radyoların yayınları, yabancı popüler müzik ağırlıklı olup, İngilizce olmak üzere yabancı dildeki haber ve turizm programlarından oluşmaktadır.

112 TRT'nin turizm radyoları vericileri şu merkezlerde bulunmaktadır: Alanya, Ankara, Antalya, Ayvalık, Bodrum, Fethiye, İstanbul, İzmir, Kalkan, Kapadokya, Kuşadası, Marmaris, Pamukkale, Trabzon. Bu radyoların yayın frekansları için bkz. http://www.trt.net.tr/tsr/

Ø **Dışa yönelik radyo yayınları**

Teknik yönden TRT'nin tüm radyoları, turizm radyoları dışında, hem klasik yayınım olan karasal vericilerle tüm ülkeyi kapsamakta, hem de TRT'nin tüm radyo yayınları ayrıca dijital ortamda uydulardan da yapılmaktadır.

TRT'nin iç yayınları yanında, devlet kurumu olması nedeni ile dışa yönelik radyo yayınları da vardır. 1938 yılından beri kesintisiz, ancak geliştirerek sürdürülen bu yayınların amacı, daha önce de değinildiği üzere, Türkiye'nin dışarıda tanıtılması ve yurt dışında bulunan Türk vatandaşı ve Türk soyundan olanlarla ilişkinin sürdürülmesidir. Bu bakımdan yayınlar, Türkçe yanında seslendiği ülkelerin dillerinde olmak üzere 23 yabancı dilde yapılmaktadır. Günün değişik saatlerinde kısa sürelerle yapılan bu yayınlarda haber başta olmak üzere kültürel programlar ile bu programların izlenmesini daha ilgi çekici yapmak üzere müzik yayınlarına yer verilmektedir. Bu dillerin seçiminde Türk dış politikası belirleyici olmaktadır. Genel olarak yabancı dillere bakıldığında dünyada yaygın olarak konuşulan diller ile Türkiye'nin ilişkide olduğu ülkeler ile komşu ülke dillerinde olduğu görülür. Bu diller İngilizce, Fransızca, Almanca gibi batı ülke dilleri ile Rusça, Çince, Arapça gibi yaygın olarak kullanılan diller ile komşu ülke dilleridir. Zaman içerisinde bu dillerde değişiklikler olmuş, yeni diller eklenmiştir. Örneğin, TRT'nin ilk yıllarında yayın yapılan yabancı dil sayısı 11 iken sayıları giderek artmıştır. [113] Batı Avrupa ülkelerine yapılan yayınlarda, özellikle Türkçe yayınlarda, zaman ve içerik açısından değişiklikler olmuş, Avrupa'ya giden Türk işçilerinin Türkiye ile olan ilişkilerini sürdürmek amacı ile yoğun Türkçe yayın yapılmıştır. Teknolojik gelişmeler de dış yayınları etkileyen önemli etmenlerdendir. Haberleşme uyduları ile radyo ve televizyon yayınlarının yapılabilmesi de Türk dış yayınlarında değişiklik yapılmasını gerektirmiştir. Avrupa, özellikle Türk işçilerinin 1960'lı yıllardan beri yoğun olarak bulunduğu Batı Avrupa ülkelerine yönelik televizyon yayınları ile son yıllarda ABD'ye yönelik olarak başlatılan Türkiye FM Radyosu yayınları da teknolojinin olanaklarından yararlanarak yapılan ve Türk dış politikasının gerektirdiği bir gelişme olarak nitelenebilir. 1995 yılında "Türkiye Radyosu" adı altında başlatılan bu yayınlarda amaç;

"...Türkiye'nin tanıtımının yanı sıra, oradaki Türklerin kendi aralarında kaynaşmalarını, birlik ve beraberliklerinin artmasını sağlamak..." olarak belirtilmiştir.

113 TRT'nin yabancı dil yayınları şöyledir: İngilizce, Fransızca, Almanca, İspanyolca, İtalyanca, Boşnakça, Yunanca, Arnavutça, Rusça, Urduca, Çince, Rumence, Sırpça, Hırvatça, Makedonca, Urduca, Arapça, Farsça, Azerice, Gürcüce, Kazakça, Kırgızca, Özbekçe, Türkmence, Tatarca…

Türkçe ve İngilizce olarak yapılan bu yayınlar, yurt dışı yayınların klasik yayın tekniği olan *"yönlendirilmiş kısa dalga"* yayınları olarak değil, iletişim uydularından FM yayın olarak yapılmaktadır. Türkiye FM Radyosu, Almanya'da bulunan "Deutsche Welle" Kamu Kurumu Genel Müdürlüğü ile TRT arasında yapılan anlaşma gereğince, Amerika kıtasına yönelik olarak yaptığı radyo ve televizyon yayınlarında kullandığı uydu kanalı ile yapılmaktadır.

15.1.2 Özel Radyo Yayıncılığı

1991 yılında Anayasa'ya aykırı olarak başlayan, 1994 yılında çıkarılan 3984 sayılı Yasa ile hukukileşen özel radyo yayınları ulusal, bölgesel ve yerel nitelikte yayınlarını sürdürmektedirler. Karasal vericilerle yayın yapan ulusal özel radyo sayısı yani RTÜK'e Yasa gereği reklam gelirlerinden pay veren ulusal radyo sayısı 36, bölgesel radyo sayısı 103, yerel radyo yayın sayısı ise 1000 dolayındadır.[114] Bu yerel istasyonların 100'den fazlası İstanbul'da yayın yapmaktadır. İlk yıllarda sayıları daha fazla olan yerel radyoların sayısı, RTÜK'ün denetlemeye başlamasından sonra biraz daha azalmıştır. Bunun önemli bir nedeni, o zaman kadar herhangi bir standarda bağlı olmadan yayın yapan radyo kanallarına getirilen asgari koşulların yerine getirmeleri ile reklam gelirlerinden RTÜK'e % 5 pay verilmesi zorunluluğudur.

Özel radyo yayınlarının içeriğine bakıldığında radyoların % 90 gibi büyük bir kısmı müzik yayını yapmaktadır.[115] Müzik aralarında ise çok kısa haberler ve reklamlar yer almaktadır. Az sayıda söz ağırlıklı yayın yapan radyo kanalları ise, "Açık Radyo", "NTV Radyo", " CNN Türk Radyo", "Radyo Foreks" gibi çok az sayıdadır.

15.1.3 Kurumsal Radyolar

Türkiye'de yayın yapan bir diğer radyo yayını, Polis ve Meteoroloji radyoları ile Üniversitelerin yapmış olduğu yayınlardır. "Kurumsal yayın" olarak adlandırılan bu yayınların amacı, o kurum ve kuruluşun hizmetlerini halka aktarmada radyo yayınlarından yararlanma isteğidir. Bu tür yayınlar ülkemizde oldukça sınırlıdır. Bugün (2013), yasal olarak izin verilen iki kurum radyosu vardır:

Türkiye Polis radyosu; İçişleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü'ne bağlı olarak 1960'lı yıllardan beri yayınlarını sürdürmektedir. Hergün sürekli yayın yapan Türkiye Polis Radyosunun yayınlarının içeriğini polise özgü haber ve söz

114 Kaynak: www.rtuk.gov.tr/

115 Bu konuda yapılmış herhangi bir araştırma olmadığı için, oranlar tahmini olarak verilmektedir.

programlarının dışında Türk Sanat, Türk Hafif ve Türk Halk Müziği oluşturmaktadır (bkz. Kutucuk: 13).

Meteoroloji Radyosu; Meteoroloji Genel Müdürlüğü'ne bağlı olarak hava durumuyla ilgili haber veren ve müzik yayını yapan kurumsal radyoların ikincisidir (bkz. Kutucuk 14). Her iki radyo yayını da, baştan beri radyo ve televizyonla ilgili yasalarda yer almaktadır.

Üniversitelerle ilgili düzenleme ise, 2002 yılında 3984 sayılı Yasada yapılan değişiklik ile yer almıştır. Ancak, 6112 sayılı yasada bu hak kaldırılmıştır.[116]

Maddenin tümünden bu konuda Telekomünikasyon Kurumu, Haberleşme Yüksek Kurulu ve RTÜK'ün işbirliği ile frekans ve kanal tahsis edileceği hususu açıkça yer almaktadır. Burada önemli bir diğer husus, ***Polis*** ve ***Meteoroloji*** radyolarına ulusal, bölgesel ve yerel yayın yapma hakkı verilirken, iletişim fakültelerinin yayın yapma hakkının 6112 sayılı yasa ile tüm olarak kaldırılmıştır. [117]

Kutucuk 13:

Kurumsal Radyolar I: Türkiye Polis Radyoları

Türkiye'de kurumsal radyolara örnek olarak verilen Polis radyolarının yayınlara başlama tarihi oldukça eskidir. Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde yayın yapan Polis Radyosu FM, 1952 yılında, TRT'nin kurulmasından önce yayına başlamış ve günümüze kadar yayınlarını, grafik çizgisi giderek yükselen bir yayın politikasıyla sürdürmüş bir kurum yayınıdır. Polis radyosunun yayın amacı şöyle açıklanmaktadır:

116 Bu konudaki düzenleme, *"Telekomünikasyon Kurumunun yükümlülüğü"* başlığı altında 24. maddede şöyle düzenlenmişti:
"...Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna ait radyo ve televizyonlar ile Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü bünyesinde yayın yapan Meteoroloji Radyosu, Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde yayın yapan Polis Radyosuna ulusal, bölgesel ve yerel, radyo-televizyon bölümleri bulunan iletişim fakültelerine yerel bazda frekanslar ve kanallar ücretsiz olarak tahsis edilir..."

117 Üniversitelerle ilgili olarak yapılan düzenlemeye göre (m 24), Radyo Televizyon Bölümü bulunan İletişim Fakültelerine, öğrencilerini yetiştirmek üzere radyo ve televizyon yayını yapmalarına izin verilmiştir. Ancak RTÜK, bu konuda çifte standart izleyerek, bu hakkın kullanılmasını sağlayan ne yönetmelik, ne de teknik düzenlemeleri yapmış; özellikle İstanbul'da bulunan İletişim fakültelerinin frekans sorununu çözme yoluna gitmemiştir. Tersi bir davranışla, bu yayınları kapatma yolunu da denemiştir. Oysa, bu konuda Yasa hükmü açıktır. Yetki Telekomünikasyon Kurumu ile RTÜK arasında çözümlenecektir.

"...Anayasa ve Cumhuriyet ilkeleri doğrultusunda yayın yapmak suretiyle suç ve suçluluğu önlemek, can ve mal güvenliğinin korunmasını sağlamak, trafik kaza ve ihlallerinin azaltılmasına yardımcı olmak, Polis hizmetlerini halka daha iyi duyurmak ve Polis-Halk ilişkilerinin en üst düzeye getirilmesine yardımcı olmak, Ülke ve toplum sağlığına, eğitimine katkıda bulunmaktır..."

Bu amacı gerçekleştirmek için başlangıç yıllarında kısa dalga üzerinden yayın yaparak dünyada da oldukça geniş izleyici kitlesine ulaşan polis radyosu, günümüzde, yayınlarını FM frekansı üzerinden ulusal ve bölgesel ve yerel olarak yapmaktadır. Yayınlarında Emniyet Hizmetlerinin tanıtımına ağırlık verilmekte, suç işlenmesine engel olmak, suç işlendiği takdirde ise suçluların yakalanmasına; vatandaşların suç ve suçlularla mücadelede polise yardımcı olmalarını sağlamak amacıyla programlar hazırlayıp, yayınlanmaktadır. Ağırlıklı olarak işlenen konulardan birisi ve belki de en önemlisi trafiktir. Bu konuda uyarıcı ve bilgilendirici yayınlar yapılmaktadır. Ayrıca trafiğin yoğun olduğu saatlerinde Ankara ve bölge Polis Radyolarının bulunduğu diğer illerin şehir içi yol durumları, varsa kapalı yollar, alternatif yol güzergâhları verilmektedir. Bu tür yayınların izlenebilmesini sağlamak amacı ile de başta müzik olmak üzere, genel kültür verici diğer söz programlarına da yer verilmektedir.[118]

15.1.4 Radyo Alıcıları

İlk radyo alıcılarının sayısı kesin sayısı bilinmemekle birlikte, tıpkı dış ülkelerde olduğu gibi, 1-2 bini geçmediği ve yayınların izlenmesi için alıcı bulmakta güçlük çekildiği, o zamanki yayıncıların anılarında yer almaktadır. Daha sonra yayınlarının, özellikle haber vermedeki hızı ve tarafsızlığı toplumun ilgisini çekmiş ve alıcıların yayılması hızlanmıştır. Yayınların ulaştığı bölgelerde hemen hemen her eve alıcı girmeye başlamış, yayınların kırsal bölgelere girmesiyle de televizyon yayınlarının ilk yıllarında olduğu gibi "köy-odası" ya da "muhtarın evi" gibi yerlerde radyo yayınları izlenmiştir. Özellikle transistorlu radyo alıcılarının üretilmeye başlanmasıyla da elektriği olmayan bölge ve yerlerde de izlenebilmesi alıcıya, dolayısıyla radyo yayınlarına olan ilgiyi daha da artırmıştır. Radyo alıcıları

118 http://www.polisradyosu.net/ (erişim tarihi: Nisan, 2013)

ile ilgili kurgu (montaj) sanayiinin Türkiye'de başlaması, alıcı yapımında maliyetin düşmesi alıcıların fiyatlarını düşürmüş, buna bağlı olarak düşük gelirlilerin de radyo alıcısına sahip olmaları kolaylaşmıştır. Ancak, radyo alıcılarından başlangıçta vergi alınmaması yurt dışından gelen alıcıların kayıtlanma zorunda olmayışı gibi nedenlerle radyo alıcılarının kesin sayısı bilinmemekte ve kayıtlı olanların sayısında da yıllara göre önemli bir artış görülmemektedir. Radyo izlemeyenlerin oranı çok az olduğuna göre, özellikle kentlerde bu alıcıların sayısının çok yüksek olması gerekmektedir. Türkiye'de 1991 sonrası özel radyo yayınlarının başlaması ile radyonun çok seçenek sunması, farklı gereksinmeleri karşılayan radyo kanallarının yüzlerce sayılara ulaşması; çoğunluğu müzik kutusu haline gelmesi; özellikle gençler arasında radyonun yeniden popüler hale gelmesi ile radyo alıcı sayısının çok daha fazla 25-30 milyon dolayında olduğu söylenebilir.[119]

Kutucuk 14:

Kurumsal Radyo II: Meteorolojinin Sesi Radyosu

Kurumsal radyolara ikinci örnek "Meteorolojinin Sesi Radyosu" (M.S.R.) 'dur. 1962 yılında kısa dalga üzerinden, 5 kW. güçle yayına başlayan Meteorolojinin Sesi Radyosu, 2004 yılında FM bandından yayına geçmiştir.

Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğüne bağlı olarak uzun süre her gün 07.00 - 12.00 ve 14.00 - 19.00 saatleri arasında Ankara'dan yayın yapan radyo, günümüzde, 24 saat kesintisiz yayın yapmaktadır. Meteorolojinin Sesi Radyosu'nun amacı da, meteorolojik bilgileri bir an önce ihtiyaç sahiplerine ulaştırmaktadır. Yayınlarında meteorolojik bilgiler; hava tahmin raporları, uçuş yapacak pilotlar için uçuş yolları, denizciler ve balıkçılar için denizlerimize ait hava ve deniz raporları, her saat başı hava raporu, tarımsal bültenler, meteorolojik ihbarlar, bütün bölgeler için 24 saatlik hava tahmin raporları, uzun vade hava tahmin raporları ile meteorolojiyi tanıtıcı bilgiler verilmektedir. Bu tür haberlerin dışında ise, Türk Sanat Müziği, Türk Halk Müziği ve Türk Hafif Müziği yayınlamaktadır (www.radyo.mgm.gov.tr).

119 İletişim teknolojisindeki gelişmeler radyo alıcının da farklı biçimlerde, diğer araçların içerisinde üretilmesine olanak tanımış, bu bakımdan radyo alıcı sayısı sayılamaz bir konuma gelmiştir. Son 10 yıldır bu İnternet üzerinden radyo yayınlarının yapılıyor olması ise bu konuda radyo yayınlarını izlemek isteyenlere çok farklı dinleme ortamları sunmuştur.

15.2 Televizyon Yayıncılığı

Televizyon yayınlarının, 1953'de İstanbul'da olan İTÜ'nün eğitim amaçlı televizyon yayının başlaması dışta bırakılırsa, Türkiye'ye gelişi 31 Ocak 1968 tarihidir. TRT'nin 1964 yılında kurulmasından 4 yıl sonra *"devlet televizyonu"* olarak yine TRT tarafından başlatılmıştır. İlk başlangıç yılları ve hemen sonrasında Devlet televizyonu olarak başlamasına rağmen, Alman hibesi ile başlamış ve ilk yıllarını geçirmiştir. Bu bakımdan yayınlar yalnızca Ankara'da haftada üç gün üçer saat olarak 3 yıl deneme yayınları niteliğinde sürdürülmüştür. 1971 yılı Mart ayında reklamlara da yer vererek deneme yayınından çıkmış ve asıl teknik gelişmesi 1971 buhranlı dönemi sonrasında olmuştur. Uzun yıllar tek kanal olarak devam etmiş, ancak Ankara dışında illere de yaygınlaşmış, 1980'li yılların ortaların doğru ise 2., 3., ve 4., kanallar açılarak TRT televizyon kanalları çoğalmıştır. Yukarıda açıklandığı üzere 90'lı yılların başından sonra radyo yayınlarında olduğu gibi televizyon yayınlarında da çoğulculuk dönemine geçilmiştir. Türk toplumu, TRT'nin beş kanalı yanında, farklı türde yayın yapan özel televizyon kanalları ile 15'i ulusal kanal olmak üzere 300'den fazla televizyon kanalı izleme olanağına sahip olmuştur.

2000'li yılların televizyon yayınlarını değerlendirecek olursak, gerek kanal sayısı, gerek tematik kanalları ve gerekse programların zenginliği, çeşitliliği açılarından, Türkiye'nin "televizyonda altın çağ"ını yaşadığı yorumu yapılabilir.

15.2.1 Yayınların İzlenmesinde Teknik Durum

Elektronik teknolojisindeki inanılması güç gelişmeler, izleyiciyi çok geniş bir televizyon yayınları izleme olanağına kavuşturmuştur. Özellikle uydudan yapılan dijital yayınlar, ülkenin her tarafına kuramsal olarak bu olanağı sunmaktadır. Çok değil, 15 sene önceki televizyon yayınları ile ilgili olanaklara bakıldığında, bugünkü durumun çok gerisinde olduğu açıktır. İzleyici, farklı uydulara yönelik yayınlara çanak anten koyduğu takdirde yüzlerce kanal izleyebilmektedir. Dijital yayın yapan servislerden (örneğin Digitürk'e) abone olduğu takdirde yüzden fazla kanal izleyebilmekte, ayrıca, interaktif olarak elektronik başka hizmetlerden de yararlanabilmektedir.

Günümüzdeki televizyon yayınları, farklı teknikler kullanılarak izlenebilmektedir. Bunlar;

- Karasal vericilerle gelen televizyon yayınları

- Uydudan çanak antenler yoluyla gelen televizyon kanalları
- Kablolu yayınlar
- Abone yöntemiyle izlenen uydu yayınları (Digitürk, Dsmart gibi)
- Internet aracılığı ile izlenen televizyon kanalları

Ø ***Karasal vericiler*** *:* En eski ve klasik olan teknik olarak, tüm ülkede en doğusundan en batısına, kuzeyinden güneyine, kentinden köyüne kadar her yerde izlenebilen bir tekniktir. Türkiye'de –tüm dünyada da- televizyon yayınları karasal vericilerden verilen yayınların, bu iş için geliştirilmiş televizyon antenleri ile alınması sonucu izlenmiştir ve bugün de, özellikle düşük gelir düzeyli yerler de bu yolla izlenmektedir.

Ø ***Uydu yayınlarının çanak anten aracılığı ile izlenmesi:*** Uydudan gelen yayınların çanak antenler aracılığı ile izlenmesi ise 1980'li yılların ortalarında başlayan, giderek yaygınlaşan, baştan beri de denetimi yapılamayan bir yayınım biçimidir. İzlenmesi çanak antene bağlı olan bu tür izleme de önce, yabancı yayınlar alınmaya başlanmış, daha sonra ise, 1990'lı yılların başında, Anayasaya ve yasalara aykırı olarak yayına başlayan özel televizyon kanallarının kullanılması ile gelişmiştir. Ancak, bu kanallar, aynı zaman da karasal vericileri de kullanmayı yeğlemişlerdir. Çünkü çanak anten geniş halk kitlelerince henüz benimsenememiş ya da ekstra bir harcamayı gerektirdiğinden sınırlı bir izleyici tarafından alınmıştı.[120]

Günümüzde izlenmekte olan uydu televizyon yayınları, uzayda üç bölgede bulunan iletişim uydularından aktarıcı (trans-ponder) kiralama yöntemi ile yapılmaktadır. Bu uydular uzayda Pasifik Okyanusu, Atlas Okyanusu ve Hint Okyanusunda bulunmaktadırlar. Bunlardan Pasifik'te bulunan uydular, Amerika kıtası için işlevsel iken, Atlas Okyanusu ile Hint Okyanusu üzerinde diğer iki bölgedeki uydulardan daha çok Avrupa, Afrika ve Asya kıtası yararlanmaktadır. Türkiye'nin yararlandığı uydular Atlas ve Hint okyanusu üzerinde olan uydulardır.

Tüm dünyadan izlenen kamu ve tecimsel televizyon yayınları INTELSAT ve EUTELSAT sistemine bağlı uydulardan yapılmaktadır.

---

120 Burada ilginç bir olayı da anımsatalım. Çanak antenlerin gerek yabancı yayınları ve gerekse dışarıdan uydu yolu ile yayın yapan özel girişimci Türk kanallarının (Star gibi) yayınlarını başlaması ile pek çok belediye, çanak antenler kurarak bu yayınları alıp, karasal vericilere vermek üzere, donanımlara gittiler. Konu pek çok yerde mahkemelere gitti. Kimi mahkemeler suç yok derken, kimi mahkemeler yasalara aykırı buldular. Bu konuda Ankara'da Sincan Belediyesi ile İzmit Belediyesinin bu tür olaylı yayınları gazetelere de yansımıştı.

Bu yayınlardan günümüz koşullarında Türkiye'den izlenebilen uydu yayınlarının sayısı 1000 kanalı geçmiştir. Özellikle yeni çanak antenler yolu ile her üç uydudan da televizyon yayınları alınabilmektedir. Bu tür yayınlar kapsama alanlarına göre 60 cm. - 4 metre çapında çanak antenlerle izlenebilmektedir.[121]

Uydudan televizyon yayınlarını alan izleyici sayısı 2.500.000 kişi olarak saptanmıştır.[122]

Ø **_Kablolu yayınlar_**: Türkiye'de kablolu yayın 1988 yılında Ankara'da Çankaya ilçesinde PTT tarafından başlatılmıştır. Türkiye'de izlenebilen Atlas ve Hint Okyanusu üzerindeki Ankara Gölbaşı ilçesinde kurulan 'kablo televizyon ağı' istasyonunda bulunan TVRO (çanak antenler)[123] ile alınan uydu yayınları, kablo ile abonelere gönderilmektedir. Kablolu televizyon yayınlar önce büyük kentlerde kurulan alt yapı ile başlayarak zamanla Anadolu'nun çeşitli illerine yayıldı. Bugün 50 dolayında iç ve dış televizyon kanallarını alarak abonelere dağıtmaktadır. Kablolu yayınlar, büyük kentlerin yanında giderek, -kablo alt yapısının götürüldüğü- diğer kentlere de yaygınlaştırılmıştır. Ancak, kablolu yayınlara, uydudan çanak antenler yolu ya da abone yolu ile uydudan yayın izleme olanaklarının doğması, kablolu yayına ilgiyi azaltmıştır.[124]

Türkiye'de kablolu televizyon şebeke kapasitesi -2005 yılı sayılarına göre - 2.500.000 hane, abone sayısı ise, 1.169.000 hanedir. Günümüzde bu sayınının 1,5 milyon olarak verilebilir.

Ø **_Türkiye'de sayısal (dijital yayıncılık):_** Avrupa ve Amerika'da '90'lı yıllarda başlayan dijital yayıncılık, fazla zaman geçmeden, 2000'li yılların başından beri Türkiye'de de uygulanmaktadır. Uydudan yapılan sayısal televizyon yayınları yaygınlaşmaya başlamış, 2004 yılı sonunda uydudan yayın yapan televizyonların tümü sayısal (dijital) yayıncılığa geçmişlerdir. Bu televizyon kanallarına lisans ve yayın izinleri RTÜK tarafından, platform işletmeciliği ise Telekomünikasyon Kurumu tarafından verilmektedir. Bu platformlar içerisinde en yaygın olan dijital

---

121 Türkiye'de uydulardan televizyon yayınlarının izlenmesine 1986 yılında, önce büyük otellerden başlanmıştır. Daha sonra iki yıl gibi kısa bir zaman içerisinde kamu sektörü, lojmanlar ve büyük siteler çanak antenler ile donatılmıştı.

122 Bu sayı 2000'li yılların sayısı olmakla birlikte, çanak antenlerle ilgili çok hızlı gelişmeler; kanal kapasitelerinin genişlemesi, fiyatlarının ucuzlaması, taksitli satış gibi olgular bu sayının her geçen gün arttığına ilişkin önemli göstergelerdir.

123 Uydudan yayınlar 90 cm -11 m. çapında çanak antenlerle alınmaktadır.

124 İlginin azalmasında en önemli nedenin, çanak antenler ya da abone yoluyla –yerli, yabancı- sayıları binlere varan televizyon kanalının, sınırlı sayıdaki kablolu yayına tercih edilmesi olarak açıklanabilir.

platform sağlayıcısı ise, “Digitürk” adlı platformdur. Özel bir kuruluş olan ve 1999 yılında kurulan Digitürk, 2000 yılı Nisan ayından beri uydu üzerinden dijital platform işletmeciliği yaparak çok sayıda kanalı daha çok program seçeneğiyle izleyiciye ulaştırmaya başlamıştır.[125] Alışılagelmiş televizyon izleme biçiminin 21. yüzyıl teknolojisiyle yapılan bu yayınlar -radyo yayınlarını da kapsayarak- bugün, 100’ü aşkın TV, radyo, interaktif ve dijital müzik kanalını, çok net görüntü ve CD kalitesinde ses yayını alınmaktadır. Ağırlık Türkiye’de olmak üzere Kıbrıs, Avrupa ve hatta Amerika’da bulunan 1.150.000 aşkın üyesi vardır (www.digiturk.gen.tr). DIGITURK üyesi olanlar bu yayınları Türkiye genelinde, Merkezi Dağıtım Ünitelerinde (MDÜ) 80 cm’lik, Bireysel Ünitelerde (BÜ) ise 60 cm’lik çanak anten aracılığı ile Eutelsat W3A (7 derece doğu) uydusuna antenlerini yönlendirerek almaktadırlar.

Uydudan yayın ortamında kapasite neredeyse sınırsız olduğundan, isteyen her yayın kuruluşuna uydudan yayın yapma lisansı yetkisi verilmekte ve böylece daha fazla yayın izleyiciye ulaştırılabilmektedir.

Türkiye’deki dijital yayıncılıkta, Avrupa ve ABD’deki uygulamada olduğu gibi klasik televizyon izleme yanında, Internet yayıncılığının sunduğu oyunlar, e-alışveriş, e-bankacılık gibi hizmetler de giderek artan bir kapasite ile verilmeye başlanmıştır.[126]

Digitürk, var olan yerli - yabancı değişik kaynaklardan karasal ve uydu çözümleri aracılığıyla kaliteli bir şekilde aldığı radyo ve televizyon yayınlarını bir paket halinde tek bir sistemden kullanıcılara göndermekte; Head-end sistemlerinde dış kaynaklardan alınan yayınlar ve içeride üretilen programlar gerekli kontrollerden geçtikten sonra, Encoder - Multiplexer grupları üzerinden sıkıştırılmış sayısal paketler halinde Uydu Yer İstasyonları aracılığıyla Eutelsat W3A uydusuna gönderilmektedir. DIGITURK üyesi olanlar bu yayınları Türkiye genelinde, Merkezi Dağıtım Ünitelerinde (MDÜ) 80cm’lik, Bireysel Ünitelerde (BÜ) ise 60cm’lik çanak anten vasıtasıyla Eutelsat W3A (7 derece doğu) uydusuna antenlerini yönlendirerek almaktadırlar. Teknik yönden bu yayınların alınabilmesi abone olmaya bağlı

125 Bu yayınlar, medya endüstrisinde oldukça güçlü olan Çukurova Grubu (Mehmet Karamehmet) tarafından yürütülmektedir. Grubun elinde “Show TV” , “Show Radyo”, “Alem FM” ve “Akşam” gazetesi ile “Alem” dergisi de bulunmaktadır. Grup, Uzan’lara ait TMSF’ye devredilen ve Ekim 2005’de tarihinde açık arttırma ile satılan medya varlıklarından “Kral TV”’yi de satın almıştır.

126 Dijital yayıncılık teknolojisinde tüm bu interaktif hizmetlerin yanında, program akışının yer aldığı E-Rehber de bulunuyor. E. Rehber tekniğiyle, kaçırılmak istenmeyen programları etiketleyerek başlamadan önce TV ekranından izleyicinin uyarılması sağlanabiliyor.

olduğundan aylık ücreti karşılığı farklı program paketleri de ücreti ile alınabilmektedir. Standart programlar servisleri dışında, spor, film, eğlence, seks gibi ayrı ücrete tabi kanallardan da yararlanılabilmektedir. Dijital yayının sayıları giderek artan, interaktif hizmetlerde olmak üzere, 100'den fazla kanal hizmeti vardır. Dijital yayınları abone yolu ile almadaki sayısal durum ise şöyledir:

Uydu platformunda abone sayısı 900.000 kişi/hane,

Uydu ortamında yayın izleyen sayısı ise (yaklaşık) 3.500.000 hanedir.

Bu durumda ulusal, bölgesel, hatta yerel yayınlar bile uluslararası nitelik kazanmaktadır. Bu konuda etkili bir hukuki düzenleme yapılamamıştır.

Ø **Karasal Sayısal Yayıncılık:**

Karasal sayısal yayıncılık konusunda Türkiye'de de oldukça hızlı adımlar atılmaktadır. Bu konudaki hazırlıklar RTÜK'ün 2000 yılında hazırlattığı karasal sayısal radyo ve televizyon yayınları ile ilgili raporlarla başlatılmıştır. O günden günümüze kadar geçen sürede kanallar içerisinde kamu hizmeti yayıncılığı yapan, tüm yurt çapında geniş bir karasal verici şebekesi bulunan ve donanım, kanal sayısı ve yayınların kalitesi açılarından doğal olarak önde giden TRT kurumudur.

DVB-T2 sistemine göre yayın yapacak karasal sayısal televizyon yayınları, TRT, RTÜK ve diğer ilgili kurum ve kuruluşların ortak planlamaları sonucu, uygulamaya İstanbul'dan başlanması ve ardından Ankara ve İzmir illerinde eş zamanlı olarak yapılması ve sonraki yıllarda ise diğer illere yaygınlaştırılması planlanmıştır.[127] Yapılan planlamalara göre, sayısal televizyon yayınları konusunda 2013-2015 yılları analog ve sayısal olarak yayınlar eş zamanlı sürdürülecek, Mart 2015 tarihinde ise televizyon yayınları tüm olarak karasal sayısal yayınlara geçecektir.

Vericiler konusundaki yapılan bu planlamanın diğer tarafı ise bu yayınları alacak televizyon alıcılarının durumudur. Ülkemizde karasal sayısal televizyon yayını için seçilen DVB-T2 standardı, Karasal olarak belirlenmiştir. Evlerde mevcut

127 Uygulama konusunda ise 2006 yılı şubat ayında önemli bir girişim olmuştur. Karasal sayısal televizyon yayıncılığına ilk geçiş deneyimi, TRT – özel televizyon kanalları işbirliği ile 3 Şubat 2006 tarihinde İstanbul'da Çamlıca tepesindeki karasal vericilerde deneme yayını olarak yapılmıştır. Anten kirliliğinin yaşandığı İstanbul'da Çamlıca tepesindeki özellere ait anten direkleri zaman içerisinde kaldırılarak TRT'nin 1972 yılında yapılan verici direği ile sayısal yayınlar yapılacaktır. (Sabah, 4.Şubat 2006). Bu konuda öncü kuruluş ise, tüm yurt çapında geniş bir karasal verici şebekesi bulunan TRT'dir.

televizyonların içerisinde alıcısı (tuner) var ise yayınları ek bir cihaza ihtiyaç duymadan izlemek olanaklıdır. Ancak bu konuda talep olmadığı için arz da yoktur. Yani günümüzde DVB-T2 özelliği taşıyan televizyon alıcısı yaygın değildir. Bu konuda mevcut televizyon alıcılarıyla karasal sayısal yayını izlemek için -yurt dışında karasal sayısal yayınlara geçen batı ülkelerinde görüldüğü gibi- alıcı kutu ya da "Set Üstü Kutusu" (Set Top Box STB) satın alınması gerekmektedir.[128] . Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ülkemiz için DVB-T2 alıcı gereksinimlerini hazırlamış ve bu belge Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından 21 Şubat 2013 tarihinde TS 13538/Şubat 2013 "İkinci Nesil Sayısal Karasal Televizyon Yayın Sistemi (DVB-T2) İçin Televizyon Alıcıları- Genel Kurallar" adıyla yayınlanmıştır.[129]

Karasal sayısal radyo yayıncılığı: Karasal sayısal radyo yayıncılığı konusu, televizyon yayıncılığı kadar gelişmemiştir. Bu konuda ne yayıncılar ne de tüketiciler (izleyiciler) tarafından fazla ilgi ve önemli bir girişimde yoktur. Yarar / maliyet konusundaki dengenin olumsuz olması ve FM bandındaki mevcut çok kanallı ortam, yeterli sayıda frekans sağladığından karasal vericilerden dijital yayına geçilmesi bugün söz konusu değildir. TRT Kurumu deneme amaçlı olarak sayısal radyo yayını denemeleri yapmaktadır. Karasal radyo yayınlarının Ülkemizde uygulanabileceği frekanslar Ulaştırma Bakanlığı Telsiz Genel Müdürlüğü'nce iştirak edilen Uluslararası toplantılarda belirlenmiştir. Buna göre Ülkemizde T-DAB yayınları için TV 12. kanalı ve L bandı kullanılacaktır.

Internet yolu ile yayıncılık: Günümüzde karasal vericilerle yayın yapma olanağı bulamayan ve haberleşme uydularının yüksek ücretinden ötürü transponder kiralayamayan radyo ve televizyon kanalları, Internet yolu ile sınırlı bir izlerkitleye ulaşmalarına karşın bu teknikten yararlanmaktadırlar Bu konuda radyo yayınları çok daha yaygındır.[130] Hemen hemen gerek kamu hizmeti yayıncılığı yapan TRT ve gerekse özel kanalların pek çoğu Internet üzerinden yayınlarını gerçekleştirmektedirler.

128 Konuyla ilgili geniş bilgi için bkz. (Avşar, 2005), htpp://rtuk.gov.tr ve http://www.sendika.org/2013/05/sayisal-karasal-yayincilik).

129 RTÜK tarafından yapılan 6 Mart 2013 tarihli basın bildirisinde *"Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, hem karasal sayısal TV yayınlarının teşvik edilmesi ve yaygınlaştırılması hem de tüketicilerin mağdur edilmemesi bakımından, TSE tarafından kabul edilen standardın Türkiye için zorunlu standart haline getirilmesi amacıyla Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı nezdinde girişimlerini sürdürmektedir."* denilmektedir.

130 Bu konuda en yaygın olan radyo tipi, Üniversitelerin, özellikle yasal olarak yayın yapma hakkı bulunan iletişim fakültelerinin, kimi yerlerde bu haklarının kullandırılmaması nedeni ile Internet üzerinden yayın yapmalarıdır.

Kuşkusuz bu yayınlardan yararlanmanın bilgisayar ve Internet bağlantısı gibi bir donanımdan ötürü belli bir gelir grubuna seslenebilmesine karşılık, erişim olanağı bakımından, uydu yayınlarından daha geniş kapsama alanı bulunması, bu tür yayınların dünyanın her köşesinden izlenebilmesi şansını da arttırmaktadır.

15.2.1.1 Televizyon Alıcıları

Televizyon alıcılarının gerek geçmişteki durumu, gerekse bugünkü sayısı hakkında gerçeğe yakın bilgiler edinmek, televizyon yayınları izleyicisini belirlediği için, bilinmesinde yarar vardır. Türkiye'de 40 yıla yakın bir geçmişi olan televizyon yayınlarının izlenmesi, başlangıç yıllarındaki televizyon alıcısının az olması nedeni ile toplumsal izlemelere neden olmuş, aile içerisinde ise yine tek olmasından kaynaklanan aile bireylerinin bir araya gelmesine neden olmuştur.[131] İlk televizyon alıcı sayısı, 1971 yılına kadar televizyon alıcılarından, deneme yayını yaptığı için vergi alınmaması nedeni ile kayıtlanma zorunda olunmayışı, 1968-1971 yılları arasındaki kesin televizyon alıcısının bilinmesini güçleştirmektedir. Ancak yayınların fazla yaygın olmayışı, alıcıların pahalı oluşu gibi nedenlerle televizyon alıcısına sahip olanların sayıca fazla olmadığı söylenebilir. Daha sonraki yıllarda, gerek verici gücünün artması, gerek yayın gün ve saatlerinin uzaması ve gerekse Türkiye'de yerli televizyon kurgu yapımına (montajına) başlanması ile taksitli satışların yapılması gibi nedenlerle televizyon alıcı sayısındaki artışlar hızlı olmuştur.

Televizyon alıcılarının dağılımı ise, doğal olarak büyük kentlerde yoğunlaşmıştır. Yayınların ilk başladığı yerler olan Ankara, İstanbul ile İzmir'de televizyon alıcılarının sayısı, toplam alıcıların yarısını oluşturmuştur.

Büyük kentlerdeki alıcı sayısının fazla oluşunda ilk yayınların başladığı yerler olması yanında nüfusun kalabalık olmasının da etkisi büyüktür.

Türkiye'de televizyon alıcılarının oldukça pahalı olmasına karşılık, alıcı sayısındaki artışın hızlı olduğu söylenebilir. Öyle ki, 40 yıla yakın bir geçmişi olmasına karşılık kayıtlı televizyon alıcılarının tüm nüfusa dağılımı alındığında 1980'in başında her 13 kişiye bir alıcı düşerken ya da aile birimi olarak alındığında her 3 aileden bir ailede televizyon alıcısı varken, 1989'da bu durum değişmiş, her 5

131 Türkiye'de TRT televizyon yayınlarının başlamasından önce de İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ)'ne bağlı televizyon yayınları olduğu anımsanırsa, özellikle İstanbul'da televizyon alıcılarının 1968 den önce de var olduğu kesinlik kazanmaktadır. 1968 öncesi alıcı sayısı için kesin bir kayıt olmamakla birlikte 7 bin dolayında olduğu söylenmektedir.

kişiye bir televizyon alıcısı ya da her aileye bir alıcı düştüğü görülmüştür. Günümüzde ise, özel televizyon kanallarının varlığı; izleyiciye farklı seçenek sunulması, aile içerisinde farklı düzeydeki aile bireylerinin farklı yayınları, kanalları izlemeleri nedenleri ile birden fazla televizyon alıcısı olan aile çok fazladır. Başlangıçta hem model açısından, hem teknik açısından sınırlı olan televizyon alıcıları, giderek bu alandaki teknolojinin de gelişmesi, bu konuyla uğraşan montaj sanayiinin giderek kaliteli ürünler yapması, rekabet ortamının doğması, televizyon alıcılarında gelişmelere neden olmuştur. Siyah beyaz televizyondan renkli televizyon alıcılarına geçiş; yalnızca PAL sistemi ile çalışan televizyon alıcılarından 5 renkli sistemi de olan vericilerin yapılması ya da ithal edilmesi, giderek televizyon alıcılarının, radyo da yaşandığı küçük olarak, taşınabilir olarak yapılması, düz ekran televizyonlar, ekran genişliği bir metreyi geçen dev ekran televizyonlar, hepsinden önemli televizyon alıcılarının ucuzlaması, taksitli satışların artması gibi nedenlerle, geniş halk kitlelerinin televizyon alıcısına sahip olmasını kolaylaştırdı. Son zamanların ürünü plazma ve LCD televizyon alıcıları ise bu konuda en son değişiklik olarak verilebilir.

Türkiye'de 2002 yılı verilerine göre Televizyon izleyen hane halkı sayısı: 17,5 milyon, TV alıcısı sayısı ise 22 milyondur (Avşar, 2005).

15.2.1.2 Televizyon Yayınlarında Programlar

TRT, radyo yayınlarında olduğu gibi televizyon yayınlarında da ilk başlangıç yıllarından beri yasaların kendine tanıdığı sınırlar içerisinde, kamu hizmeti yayıncılığı görev ve sorumluluğu televizyon yayınlarını yürütmüştür. Özel televizyonlar ise, hukuka aykırı yayına başlamalarının doğal sonucu olarak, herhangi bir sınır tanımadan, herhangi bir yayın ilkesine bağlı kalmadan yayınların yapmışlardır. Özel radyo ve televizyon kanalları; gerek açık oturum, röportaj gibi söz programlarında, gerekse müzik ve eğlence programlarında, herhangi bir sınır tanımadan -TRT'ye göre alışılmışın dışında- yeni bir yayın anlayışı ve formatı ile yayınlara başlamış ve yasal duruma gelinceye kadar bu tür yayınlarını sürdürmüşlerdir. Özellikle eğlence türü programlarda ünlü şarkıcı-türkücü, pop sanatçısı ya da tiyatro, sinema sanatçısı ve mankenlerin sunduğu show programları izlerkitlenin ilgisini çekmiştir. Yıllarca TRT'nin programlarında yasa ve yönetmelikler gereği ya da bürokratik yapısından ötürü verilmeyen konu ve formatların daha serbestçe, hatta aşırı kullanılması izleyiciye, farklı program türlerini izleme olanağını vermiştir. Bu durum

ise ciddi, ağırbaşlı, biraz da tekdüze yayın geleneğini sürdüren TRT yayınlarına karşı bir tepki olarak da izleyicilerin bu yeni, alışılagelmişin dışındaki yayınlara ilgisini arttırmıştır. Kuşkusuz bu tür bir gelişmenin olumsuz etkileri de zaman içerisinde meydana gelmiştir. Bu etkilerden en önemlisi dildeki bozulmadır. Bunun yanında toplumun eğitim ve kültürüne de olumsuz etkisinden de söz edilebilir. [132]

Günümüzde radyo yayınlarında olduğu gibi televizyon yayınlarında da, kendilerine özgü yapısal özelliklerinden ötürü, farklı yayın türleri, farklı program grupları oluşturulmuştur. Bu durumu, kamu hizmeti yayıncılığı yapan TRT ve ticari amaçlı yayın yapan özel televizyon kanalları olarak ikiye ayırarak görmek gerekir.

15.2.1.2.1.TRT Televizyonları

TRT televizyon kanalları, yasa ve yönetmeliklerle kendisine verilen yayın görevlerini yerine getirilmesinden sorumlu olduğu için, yayınlarını da, toplumun çeşitli gereksinmelerini karşılayacak biçimde düzenlemiştir. Program türleri eğitim-kültür, haber, eğlence, müzik, reklâm ve drama biçiminde gruplandırılmış; TRT'nin Anayasal görevleri içerisinde haber, eğitim ve kültüre yardımcı olma görevi önem taşıdığından, öncelikle bu tür programların yayınlarına yer verilmiştir.

TRT, 1985'li yıllara kadar, tek kanal olarak yaptığı televizyon yayınlarıyla toplumun farklı sosyo-ekonomik yapıdaki izleyici kümelerine seslenerek yayınlarını sürdürmüş; kanallar çoğaldıkça, tek kanal olarak yaptığı yayınların bir kısmını yeni açılan televizyon kanallara aktarmıştır. Örneğin 2. televizyon kanalının başlaması ile bu kanala ağırlıklı olarak haber ve kültür programları konmuştur.

Geçen zaman içerisinde, yayınların tek tip yayına herkese seslenmesi değil, istek beğeni ve gereksinmelere göre farklı kanalla yayın yapılması yoluna gidilmiştir. Herkese seslenen genel televizyon kanalları yanında tüm dünyada örnekleri görülen "tematik kanal" uygulamasına gidilmiştir. Yayın teknolojisindeki hızlı gelişmenin ve toplumsal değişmenin de etkisiyle yayın kanallarının sayısı artmış; farklı sosyo ekonomik özellikteki izlerkitlenin gereksinimlerini karşılayan televizyon yayınları başlamıştır.

Günümüzde TRT'nin ulusal ve uluslararası düzeyde yayın yapan 13 televizyon kanalı vardır (bkz. Kutucuk 13).

---

132 Radyo ve televizyonda dilin kullanımı ile ilgili olarak şu çalışmaya bakılabilir: TRT (1998). "Radyo ve Televizyon Yayınlarında Türk Dilinin Kullanımı" Ankara: Tebliğler.

Kutucuk 15:

TRT'nin Televizyon Yayınları

TRT'nin televizyon kanalları şöyledir:

TRT 1: Genel izleyici kitlesine yönelik her tür program

TRT Haber: Genel olarak haber bülteni, programları ve kültür yayınları

TRT 3: TBMM yayınları ve Spor haberleri, canlı ve naklen yayınlar

TRT Çocuk: Çocuk kitlesine seslenen eğitici, öğretici programlar

TRT 6: Kürtçe yayın; haberden, eğlence kadar her türlü Kürtçe yayın

TRT AVAZ: Yurt dışında bulunan Türk kökenli ülkelere, topluluklara yönelik her tür program.

TRT Türk: Her türlü Türk Müziği yayını

TRT Belgesel: Belgesel nitelikle filimler, televizyon programları

TRT Müzik: Türk müziği yayını

TRT Arapça: Arapça yayın

TRT Anadolu: Genel izleyici kitlesine yönelik, kültür, ahlak ve din yayınları ağırlıklı

TRT Okul: Örgün eğitim çağındaki çocukları eğitmek amaçlı yayınlar

TRT HD (High definition- yüksek çözünürlü yayın) Yüksek kalite belgesel, kültür, sinema filimler ve spor programlarını tekrarlayarak yayınlamakta.

Kaynak:

http://www. trt.gov.tr

http://www.trt.net.tr/trtavaz/

http://www.trt.net.tr/televizyon/

http://www.trthd.net.tr/

Bu kanalların yayın içeriği incelendiğinde, bir kısmının adından da açıkça anlaşılacağı üzere (haber, spor, belgesel, çocuk, Arapça gibi), yayın içerikleri belli olmakla birlikte, televizyon kanalları içerisinde en eski olan **TRT 1** televizyon kanalı, tüm topluma seslenen haber, eğitim-kültür, spor, müzik, eğlence, sinema ve televizyon dizileri, din ve ahlâk programlarına kadar her türlü yayına yer vermektedir.

Bu bakımdan yayın politikası “mozaik” görünümündedir. Eski adıyla TRT 2 olan **“TRT Haber”** kanalı ise daha çok haber, eğitim ve kültür programlarına ayrılmıştır.

TV-3, TBMM’ne ayrılan yayın saatleri dışında ağırlıklı olarak spor olaylarını yayınlarken; iki ayrı kanal da Türk Sanat ve Türk Halk Müziğine ayrılmıştır. Kuşkusuz TRT televizyon yayınları içerisinde en önemli gelişme, 2003 yılında 3984 sayılı Yasanın 4. maddesinde radyo ve televizyonların yayın dili konusunda yapılan değişiklik sonrası önce Kürtçe yayın yapan “TRT 6” (Şeş) ile daha sonra yayına başlayan ve Arapça yayın yapan “TRT Arapça” televizyon kanallarının yayına başlamasıdır.

TRT’nin gerek televizyon ve gerekse radyo kanal sayısının fazla olmasına karşın, reklam gelirlerinde artış değil, tam tersi düşüş olmuştur. Bunun tek önemli nedeni, 1990’lı yılların başından beri yayın yapan özel radyo ve televizyon kanallarının daha çok eğlenceye dönük olarak yayın yapması sonucu izleyiciye cazip gelmesi ve “reytinglerinin yüksek olmasıdır.

Yurt Dışı Televizyon Yayınları

Elektronik yayıncılıkta, iletişim teknolojisindeki gelişmelerden etkilenen bir diğer alan, FM yayınlarını gerektiren, bunun için uzun yıllar yapılamayan yurt dışı televizyon yayınlarıdır. Televizyon tekniğinin toplum yararına sunuluşundan bu yana geçen 45 yıllık bir süre içerisinde ülkelerin radyo yayınları ile dış yayınlarını yürütmelerine karşılık, televizyon yayınlarının FM kanallarından yapılması zorunluluğu, uzun yıllar yurt dışı televizyon yayınlarının yapılmasını önlemiştir. Ancak, 1985’li yıllarda başlayan ve giderek yaygınlaşan uydu yolu ile televizyon yayınlarına başlanması, ülkelere, yurt dışı yayınlarında televizyon tekniğinin de kullanılması yolunu açmıştır. Türkiye de gelişen bu teknolojiden yararlanmış ve 1990’lı yılların başında, önce Türk işçilerinin yoğun olarak bulunduğu Batı Avrupa ve Kuzey Afrika ülkelerine yönelik olarak televizyon yayınlarını TRT – INT’i (TRT International) başlattı.

TRT’nin ikinci olarak başlattığı yurt dışı televizyon yayınları ise, TRT - INT’in devamı niteliğinde, benzer içerikte, ancak farklı yayın saatlerinde yayımlanan televizyon yayınlarıdır. Yayın dili olarak Türkçe olmakla birlikte, ülkelerin özelliklerine göre, farklı Türkçe lehçelerinde de yapılması öngörülmüştür. Bu yayınlar önce “TRT AVRASYA” adıyla yayınlarını sürdürmüştür. 1990’lı yılların başında ise dağılan Sovyetler Birliği sonrası bağımsız Türk devletleri durumuna gelen Türk

Cumhuriyetleri ile Türkiye arasında dil ve düşünce birliği yaratmak, dayanışma ve birlik duygusunu artırmak, kültürel ve ticari ilişkilerin geliştirilmesine yardımcı olmak, Türkiye'nin ve Türk Cumhuriyetlerinin çok yönlü olarak tanıtılmasını sağlamak amacıyla Kafkasya ve Orta Asya'ya yönelik olarak yapılmıştır. 2009 yılında ise "TRT TURK" adını almıştır

Yayınlarda, hedef izlerkitlenin özelliklerine; istek ve beğeni ve gereksinimlerine göre yayınlar hazırlanmaktadır.

TRT'nin Devlet politikası olarak yürütmekte olduğu bu yayınlar dışında, özel televizyon kanalları da dışa yönelik televizyon yayınları yapmaktadırlar. Bu yayınlar, iletişim uydularından yararlanılarak yapılan radyo ve televizyon yayınlarıdır. Özellikle son yıllarda pek çok özel radyo ve televizyon kanallarının dijital yayına geçtiği günümüzde içe yönelik yayınlarda, uydunun teknik özelliğine bağlı olarak ülke dışından da izlenebilme olanağına sahiptir. Ancak, bu tür televizyon yayınlarının hepsinin dış yayın olarak adlandırılması söz konusu değildir. Çünkü bu yayınlar Türkiye içine yönelik olarak yapılmaktadır. Ancak, kimi özel televizyon kanallarının, özellikle Avrupa'daki Türklere yönelik programlara ve reklamlara yer veren kanalları da vardır.[133]

15.2.1.2.2 Özel Televizyon Kanalları

Türkiye'deki 2000'li yılların başında televizyon yayınları, TRT'nin elinde bulunan 5 iç, 2 dış televizyon kanalı olarak toplam 7 televizyon kanalının yanında, özel kesimin elinde bulunan yaklaşık 290 televizyon kanalından oluşmaktaydı. Özel televizyon kanallarının sayısı radyo yayınlarında olduğu gibi, 1995'de RTÜK'e yapılan başvurular ile sınırlı kalmıştır. Bu kanalların sayısı ulusal nitelikteki televizyon kanalları için 15, bölgesel televizyon kanalları için 15, yerel televizyon kanalları için ise 259'dur. Ulusal nitelikteki ve çoğunluğu İstanbul'dan yayın yapan kanallar: Kanal D, ATV, Star TV, Kral TV, TGRT TV, Show TV, Cine 5, Kanal 6, HBB, Kanal-e, Samanyolu TV, Number One FM, NTV, CTV, Sky Türk, Türkhaber, Flash TV ve TV'dir.[134] Yakın zamana kadar karasal vericilerden ve kablodan yayın yapan bu kanalların tümü uydudan dijital yayın da yapmaktadırlar. RTÜK'ten izinli olan

133 Bu konunda özellikle ilk özel televizyon yayınlarının başladığı 90'lı yıllarda bu tür yayınları Samanyolu televizyonunun başlattığı bilinmektedir. Daha sonraları ise ATV ile kanal D Avrupa'ya yönelik ayrı kanallardan dış yayınları başlatmışlardır.

134 Bu kanallardan bir kısmı, örneğin Kanal 6 ve HBB gibi kanallar sık sık el değiştirdiklerinden zaman zaman yayınlarına ara vermektedirler.

ulusal, hatta bölgesel kanalların çoğu aynı zamanda kablodan da yayın yapmaktadırlar. Bugün için, dijital yayın servisi veren Digitürk'ün 2000 yılında hizmete girmesiyle kanal bulmakta zorlanan, frekans kirlenmesi yaratan pek çok kanal bu yolla yayın yapmaktadır. Kablolu yayın benzeri bir teknikle çalışan bu sistemde, abone yolu ile Digitürk teknik donanımı mekanlara takılmakta ve kablolu yayının çok üzerinde yerli ve yabancı televizyon yayını bu abonelere dağıtılmaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere, dijital yayın tekniğinde yayınların kalitesi yanında en önemli özellik; farklı hizmetlerin verilebilmesi ve yayınların interaktif olarak da izlenebilmesidir.

Bu kanalların genel niteliği her türlü program türüne yer vermeleri olmakla birlikte, NTV ve CNN-Türk, Sky Türk, Habertürk, Kanal Türk dışındaki kanallar daha çok eğlenceye yönelik programlara ağırlık vermektedirler. Bu kanalların kuruluş amaçları, bu kanalların sahiplerinin ortak özelliği, sahiplerinin yalnızca yayın işiyle değil, çok farklı alanlarda uğraşmalarıdır.[135] Yapılan araştırmalara göre, özel televizyon kanalları çoğulculuğu, çok sesliği getirme yerine, birbirine rakip olarak, benzer programlar yaparak "reyting" olgusunu yakalamaya çalışmaktadırlar. Bu durumun doğal bir sonucu olarak da giderek artan bir yoğunlukta yerli dizilere yer verilmektedir.

15.3 Yabancı Televizyon Kanalları

Bu yayınların genel olarak içerikleri incelendiğinde haber ve eğlence türü programlar başta olmak üzere her tür programa ve konuya yer verilmektedir. Bu yayınlar içerisinde, ülkemizden izlenen ilk yabancı televizyon kanalı olarak niteleyebileceğimiz CNN (Cable News Network) kanalı sürekli olarak haber veren bir kanaldır. Bunun yanında yine Türkiye'de 90'lı yılların en başından beri izlenebilen Alman ve Lüksembourg uydu televizyon yayınları daha çok eğlenceye yönelik yayın yapıyorlardı. Yayınların dili, yayını yapan ülkenin dili olmakla birlikte, bu dillerden

135 Yasada yasaklanmış olmasına karşılık, pek çok kanal sahibi bir başka radyo ve televizyon, gazete ve derginin de sahibidir. Bir diğer deyişle aynı kişinin başka radyo ve televizyon kanalları da vardır. Bu konuda bilinen örnekler olarak Kanal D'nin sahibi Doğan Şirketler Grubu, Show TV'nin sahibi Karamehmet'ler gibi Star ve Kral TV'nin sahibi Cem Uzan, TGRT'nin sahibi İhlas Holding gibi şirketler gösterilebilir. 2004 yılı Şubat ayında Cem Uzan Grubunun radyo ve TV kanallarına BDDK (Bankaları Denetleme ve Düzenleme Kurulu) tarafından, sahibi oldukları İmar Bankasının borçlarına karşılık el konulmuştur. Benzer durum Doğan Holding'in sahibi olduğu medya grubu ile Ciner grubunun başına gelmiştir. Doğan Holding Başkanı Aydın Doğan, Maliye Bakanlığı'nın çıkardığı ağır vergi borçlarına karşılık elindeki radyo, televizyon kanallarıyla bir kısım gazete ve dergilerini satmak zorunda kalmıştır.

İngilizce, Almanca, Fransızca gibi batı dillerinin yayın dili olarak kullanıldığını da belirtelim. Bu dillerin özellikle Avrupa ülkelerinde yaygın olarak kullanılması, yayınları izleme ve anlama güçlüğünü önemli ölçüde ortadan kaldırmaktadır.

Günümüzde Türkiye'den izlenebilen televizyon kanalları daha çok Eutelsat ve Intelsat uydularından gelen yayınlardır. Kullanılan tekniğe bağlı olarak ya çanak antenler aracılığı, ya kablolu yayınların yayın paketlerine aldıkları yabancı kanallar ya da dijital yayın sağlayıcıları yolu ile izlenmektedirler. Kuşkusuz buna son yılların teknolojisi Internet yoluyla gelen yabancı televizyon yayınları da eklenebilir. Bu yayınların içeriği genel olarak izlendiğinde haber başta olmak üzere, pek çok ortak yayın türleri; belgeseller, kültür ve müzik türü programlar yayınladıkları görülmektedir. Bunlar içerisinde tematik kanallar, yani belli bir konuda, dolasıyla belli izlerkitleye odaklanarak yayın yapan kanallar da vardır. Bunların içerisinde en yaygın örnek ise müzik yayınlarıdır. Çoğunlukla video klipleri göstererek yayın yapan bu kanalların çok geçmeden yerli versiyonları da çıkmıştır.

15.4 Televizyon İzleyicileri

Televizyon izleyicisinin sayısal büyüklüğü, o toplumda televizyon alıcısına sahip kişilerle ölçülür. Ancak, televizyon alıcının niteliğinden ötürü, bu tür istatistiksel bilgiler genel olarak tam sayımla yapılan ölçümlerde ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE/TÜİK)'nün belli aralıklarla yapmış olduğu hane halkı sayımlarında bu tür bilgiler de elde edilmektedir. 2005 yılı sayımlarına göre, karasal vericilerle izleme yanında, kablo ve uydu yoluyla gelen televizyon kanallarının izlenme durumu şöyledir:

Kablolu televizyon şebeke kapasitesi 2.500.000 hane

Kablolu televizyon abone sayısı: 1.169.000 hane

Uydudan televizyon yayınlarını alan izleyici sayısı 2.500.000 kişi

Uydu platformunda abone sayısı 900.000 kişi/hane

Uydu ortamında yayın izleyen sayısı (yaklaşık) 3.500.000 hane

Görüleceği üzere, kablolu ve uydudan alınan televizyon yayınlarının izlerkitlesinin sayısı az olmamakla birlikte, yine de toplumun önemli bir kesimi, özellikle Doğu ve Güney Doğu Anadolu ile genelde kısal kesim, yayınları daha çok karasal

vericilerden izleyebilmektedirler. O tarihten günümüze geçen süre içerisinde bu sayıların çok daha arttığı rahatlıkla söylenebilir.

Burada, kesin izlerkitle sayısı verilememekle birlikte, giderek artan sayıda, İnternet yoluyla televizyon izlemenin yaygınlaştığı ve özellikle eğitimli genç nüfusun bu yolu tercih ettiği de -gerek gözlemlere dayanarak gerekse yapılan kimi araştırmalarda- ortaya çıkan bir gerçektir.

15.5 Radyo ve Televizyon Yayınlarında Etik

Radyo ve televizyon yayınları, kitle iletişim araçları içerisinde toplumları etkileme açısından, kullandıkları teknik ve teknoloji açısından diğer kitle iletişim araçlarından farklılık gösterir. Bu farklılığın en önemli nedeni ise bu kanalların toplumun malı olan frekansları kullanmaları ve verilen her mesajın bu kanalların yayın alanları kapsamında olma koşuluyla kuramsal (teorik) olarak herkese ulaşma gücü olmasıdır. Bu bakımdan verilen mesajlar –diğer kitlesel iletişim araçlarına göre- çok daha etkileyicidir ve sorumluluk taşır. Bu bakımdan elektronik yayıncılıkta etik (meslek ahlakı) konusu son derece önemlidir. Radyo ve televizyon kanallarının toplumlara hizmet vermeye başlamasından bu yana geçen süre içerisinde yayınların içeriğinde; hazırlanmasında, sunulmasında etik sorunu hep süregelmiştir. Etik konusu, genellikle, kamu hizmeti yayıncılığını yürüten gelişmiş Batı ülkelerinde sorun olarak görülmezken, gelişmekte olan Doğu, uzak Doğu ve Afrika ülkelerindeki radyo ve televizyon yayınlarında “etik” konusu yasalar çerçevesine alınmıştır. Kuşkusuz özel kesimin elinde olan radyo ve televizyon yayıncılığında “etik” konusu daha da önem kazanmıştır.

Etik konusunda her ülke kendi düzenlemelerin yaparken, ayrıca uluslararası yayınla ilgili hukuk düzenlemelerinde de bu konulara yer verilmiştir. Türkiye’yi ilgilendirmesi açısından bu konuda en önemli düzenlemeler radyo ve televizyon yasalarında yer alan yayın ilkeleriyle Avrupa Konseyi ve Avrupa Birliği tarafından hazırlanan “Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi” ile “Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi”dir.

Türkiye’de elektronik yayınlarla ilgili hukuki düzenlemelerin yanında, hukuka karşı yayına başlayan özel radyo ve televizyon kanallarının sınırsız özgürlükleri, herke kadar yasalarla sınırlandırılmaya çalışılmışsa da mesleki bir kültürün olmaması, bu konuda yayıncılık mesleğiyle ilgili önlemlerin alınmasını zorunlu kılmıştır.

Özel radyo ve televizyonların sayıca çoğalması karşısında, bir çatı altında toplanmak amacıyla kurulan Radyo ve Televizyon Meslek Birliği (RATEM)'in girişimiyle hem kendi çatısı altında toplanan radyo ve televizyon kanallarının ilgili yasalara uymalarını sağlamak, hem de yasal düzenlemelerin açıkça vurgulamadığı bazı konulara yayınlarda özen gösterilmesini sağlamak amacıyla yayıncılık etik ilkeleri oluşturulmuştur.[136]

Türkiye'de televizyon yayıncılığı alanında yaşanan sorunlar karşısında yayın kuruluşlarının, etrafında uzlaşacakları ortak bir etik davranış zemini oluşturulması amacıyla yürütülen çalışmalar sonucunda Radyo Televizyon Üst kurulu (RTÜK), Radyo televizyon Meslek Birliği (RATEM) ve Televizyon Yayıncıları Derneği (TVYD) arasında 3 Temmuz 2007 tarihinde "Yayıncılık Etik İlkeleri" imzalandı[137] (bkz. Kutucuk 16).

Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığı alanında ilgili kurum ve kuruluşlar arasında ilk uygulama olan "Yayıncılık Etik İlkeleri"nin kapsadığı ilkeler, gerçekte yeni konular olmayıp, gerek 3984 sayılı yasada, gerekse onun yerine çıkarılan 6112 sayılı yasada ve Avrupa Konseyi ve Avrupa Birliği ve tarafından çıkarılan ve Türkiye için de kanun gücünde olan hukuk belgelerinde de yer almıştır.

Bu tür bir yayın etiği ilkelerinin kabul edilmesi, ulusal ve uluslararası bağlayıcı niteliği olan hukuk düzenlemelerinin daha basite indirilmesi, vurgulanması; radyo ve televizyon kanallarının bu düzenlemeleri kabul ettiklerini bir kez daha açıklamaları şeklinde radyo ve televizyon yayıncılığı adına olumlu bir davranıştır. Ancak burada önemli konu ya da sorun bu ilkelere uyma bilincinin yerleştirilmesi ve bilincin yerleşmesine kadar da bu kurallara uyulup uyulmadığının bağımsız kurum, kuruluş ya da birimlerce denetlenmesinin sağlanmasıdır.

136 RATEM (Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği), radyo televizyon yayıncılığının sorunlarına kalıcı çözümler üretmek, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan kaynaklanan hakların takibi ve korunması amacıyla 2001 yılında kuruldu. Kısa zamanda ses getiren çalışmalar yaptı ve Ülkemizde, RTÜK'e karasal ortamda yayın yapmak üzere lisans başvurusunda bulunan 23 ulusal, 16 bölgesel ve 213 yerel olmak üzere toplam 252 televizyon kuruluşu ile 36 ulusal, 102 bölgesel ve 952 yerel olmak üzere 1090 radyo kuruluşundan 800'ü RATEM'in üyesidir. Günümüz koşullarında en kapsamlı yayıncı meslek örgütüdür (geniş bilgi için bkz. http://www.ratem.org).

137 Yayın ilkeleri ile ilgili bu tür sözleşme imzalanmasından sonra bu ilkelere kimlerin ne kadar uyduğu, nasıl denetleme yapıldığı; hayata nasıl geçirildiği konusunda bir çalışmaya rastlanamamıştır. Ayrıca bu tür bir belge her üç tarafın web sitelerinde de görülmemektedir.

Kutucuk 16:

Yayıncılık Etik İlkeleri

- *İnsan onuruna, temel hak ve özgürlüklere saygılı olmak*
- *İfade özgürlüğü ve haber alma hakkı çerçevesinde, olay ve olguları doğru, tarafsız ve eksiksiz yayınlamak*
- *Yayıncılığı haksız amaç ve çıkarlar doğrultusunda kullanmamak*
- *Çok sesliliğin ve kültürel çeşitliliğin korunmasına önem vermek*
- *Yayınlarımızda ırk, renk, dil, din ve cinsiyet ayrımcılığına, aşağılama ve önyargılara yer vermemek*
- *Kişi ve kurumların cevap ve düzeltme haklarına saygılı olmak*
- *Toplumda korku ve infial yaratabilecek olaylar karşısında ve kriz zamanlarında sağduyulu davranmak*
- *Şiddeti teşvik etmemeye ve meşrulaştırmamaya özen göstermek*
- *Özel hayata ve mahremiyete saygılı olmak*
- *Kadınların sorunlarına duyarlı olmak ve kadınları nesneleştirmekten kaçınmak*
- *Çocuk ve gençleri uygun olmayan içerikten korumaya özen göstermek*
- *İzleyicilerin ve dinleyicilerin gereksinim, beğeni ve hassasiyetlerine önem vermek.*

(Kaynak; RATEM, 2013)

BÖLÜM 16:

TÜRKİYE'DE İZLERKİTLE ARAŞTIRMALARI

Türkiye'de radyo ve televizyon yayınları ile ilgili izleyici araştırmalarının tarihi 1970'lere kadar gider. Bu konuda yapılan ilk araştırmalar, yayıncılık ile ilgili tek yayın kurumu (TRT) tarafından değil, daha çok bilimsel amaçlarla, toplumbilimsel araştırmalar içerisinde yapılmıştır. Türkiye'de, o günkü koşullarda Batı ülkelerinde olduğu gibi araştırma kuruluşlarının bulunmayışı, radyo ve televizyon yayınlarının belli aralarla sürekli yapılmasını önlemiştir. TRT'nin yayınlarla ilgili olarak başlattığı düzenli izleyici araştırmaları oldukça geç, 1980'li yıllarda başlamıştır. Bugün için yayın kuruluşları içerisinde yalnızca TRT'nin kendi izleyici araştırma birimi vardır. TRT, kendi araştırma birimince ya da çeşitli üniversite ve araştırma kuruluşları ile işbirliği içinde izleyicilerin izleme alışkanlıkları ile ilgili radyo ve televizyon izleme ile ilgili araştırmalar yapmaktadır.

16.1 İzleme Alışkanlıkları ile İlgili Araştırmalar

Elektronik yayıncılıkta ilk izlerkitle alışkanlıklarıyla ilgili araştırmaları, kuşku yok ki önce radyo yayınlarıyla başlamıştır. Bu araştırmalarda öncelikle yayınların izlenip, izlenilmediği; ne kadar sıklıkla izlendiği; hangi günler, hangi saatlerde izlenildiği gibi konuları araştırılmıştır. Genelde, araştırmaların amaçlarına belirlenen sorularda bu tür başlangıç soruları, neredeyse klasik sorular haline gelmiştir. Kapsamlı izlerkitle araştırmalarında ise konuya bağlı olarak içeriği farklı sorular, soru grupları yer almıştır. Bu tür araştırmalar giderek azalsa da yine de önemini yitirmemiştir.

Türkiye'deki radyo ve televizyonla ilgili izlerkitle araştırmalarının miladı olarak 1965 yılına kadar gitmek gerekir.[138] Bir anlamda, TRT öncesi radyo yayınları

138 Türkiye'de yapılan izleyici araştırmaları ile ilgili ayrıntılı bir çalışma için bkz. Aziz (2005) "Dünyada ve Türkiye'de İletişim Araştırmaları" 21-22 Ekim 2005 tarihinde Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesince düzenlenen sempozyuma sunulan bildiri.

ile ilgili olarak herhangi bir izleyici araştırması yapılmamıştır.[139] Araştırmalara ilgi, basın-yayın alanıyla ilgili eğitim kurumlarının açılması ve radyo ve televizyon yayınlarının Anayasa güvencesine alınması ile başlamıştır. TRT'nin, kendi yayınlarıyla ilgili araştırma yapması için televizyon yayınlarının gelişmesi, teknik olarak tüm toplumun yayın alanı içine alınmasından sonra olmuş ve giderek gelişmiştir. Bunun için de 1980'li yıllara gelmek gerekir.

TRT'nin yaptığı araştırmalar genelde kentleri kapsamakla birlikte, zaman zaman kırsal kesimlerde yapılan izlerkitle araştırmalarına da rastlanılmaktadır. Türkiye'de radyo ve televizyon yayınlarından yararlanma, bu yayınların kapsama alanlarının genişliğiyle doğru orantılıdır. Teknik olarak kapsama alanı genişledikçe, kaliteli yayınlar alındıkça radyo ve televizyonun izlerkitlesi de artmıştır.

Kutucuk 17:

İzlerkitle Araştırmaları: I

TRT'nin 1987 yılında 5 bin kişilik bir örneklemle yaptığı Türkiye çapındaki bir araştırmasında kırsal kesime ait bulgular oldukça ilginçtir. Kırsal kesimde radyo izlemeyenlerin oranı % 45,9'dur. İzleyenlerin ise % 22,6'sı radyo yayınlarını her gün izlemektedirler. Burada ilginç olan husus, kırsal kesimde, o zaman için 50'yılı aşkın bir yayın geçmişi bulunan radyo yayınlarının da kırsal kesimde yarıya yakın kısmının radyo yayınlarını izlemediğidir.

Bazı araştırmalarda radyo yayınlarının hangi günler daha çok izlendiği ortaya konmaya çalışılmıştır. İlk yapılan radyo ve televizyon araştırmalarında, radyo yayınları % 35 gibi bir oranda Pazar günleri, % 22,5 gibi bir oranda Cumartesi günleri izlenmektedir. Toplam olarak % 57,5 gibi bir oranda daha çok hafta sonları izlenmektedir.[140]

Televizyonun yayılmasıyla görsel özelliği olan bu yeni araca ilgi artmıştır. Özellikle gelişmiş köylerde radyonun yanında televizyon yayınları da yoğun olarak izlenmeye başlanmıştır. Bunun açık anlamı ise, televizyon izlenen saatlerde radyo izlemenin olamayacağına göre, radyo izleme oranlarında azalmanın olacağıdır.

139 Demokrat Parti döneminde radyonun Parti tarafından siyasal çıkarlar açısından kullanıldığı ile ilgili **Prof. Dr. Muammer Aksoy**'un *"DP ve Partizan Radyo"* (1960) konusundaki araştırması, o döneme ışık tutan önemli bir çalışmadır.

140 TRT 1976'dan beri radyo ve televizyon izleyici araştırmalarını yapmakta ve bunları raporlaştırarak yayınlamaktadır. Bu konuda ayrıntılı bilgi EK: 1 Kaynakçalar bölümünde verilmektedir.

TRT'nin yapmış olduğu araştırmalar ve bazı bilimsel çalışma bulguları bu durumu destekler niteliktedir.

Televizyon yayınlarının izlenmesindeki sıklık ise, gerek radyoya, gerekse kent ve kırsal bölge ayırımına göre farklılık göstermektedir. Kırsal kesimde sürekli izlemenin, az bir farkla da olsa, kentteki izlemeye göre yüksek olması ilk bakışta ters gibi görünmektedir. Ancak, farklı yaşam koşulları anımsandığında ve araştırmalar arasında zaman ve yer farkının olması dolayısıyla televizyon yayınlarının toplumca onaylanıp, yaygınlaşmasında farklar meydana getirdiği düşünüldüğünde, bu sonucun doğal olduğu görülür.

İlk bakışta radyo ile televizyon yayınları arasında izleme sıklığı bakımından televizyonun ilk beş yılında radyo lehine bir durum görülmektedir. Bunun nedeni, televizyon yayınlarını izleme olanağına herkesin sahip olmaması ile açıklanabilir. Yayınların seyrek olarak izlenmesi, özellikle o yıllarda televizyon alıcısı olmayanların izleme için başka yerlere gitmeleri şeklinde yorumlanmalıdır. Televizyon yayınlarının nerede izlendiği araştırıldığında ise komşu, akraba ve diğer yerlerde gibi yanıtların varlığı da bu hususu kanıtlamaktadır (Aziz 1975, 90 – 95).

Genel olarak bakıldığında, günümüz koşullarında gerek dünyada, gerek ülkemizde radyo izleme ve izleme sıklığı eskiye göre yoğun olmayıp, sabah işe gitmeden ya da giderken belirli saatlerde izlenebilmektedir. Yapılan araştırmalarda, halkın büyük çoğunluğu, radyoyu her gün izlememektedir; özellikle televizyon gün ve saatlerinin uzaması, kanal sayısının, artması, özel televizyonların eğlenceye yönelik olması gibi nedenlerden ötürü televizyon yayınlarına ilgi artmıştır.

Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili izleme durumu, alışkanlıkları konusunda üzerinde durulması gereken bir başka konu, izleyicinin hangi yayınlara karşı daha ilgili olduğu ya da en çok hangi tür programları severek, isteyerek izledikleridir. Hemen hemen yapılan tüm radyo ve televizyon izlerkitle araştırmalarında bu hususlar saptanmaya çalışılmıştır. İzlerkitlenin cinsiyet, yaş, eğitim ve meslek gibi niteliklerinin de çerçevelediği bu bulgular ülkeden ülkeye de farklılık göstermektedir. Genel olarak belirtmek gerekirse, geniş izleyici kitlesine seslenen haber, eğlence, müzik ve oyunlaştırılmış programlarla televizyon için dizi ve sinema filmleri gibi program türleri en çok izlenen yayın türlerini oluşturmaktadır.

Ülkemizde radyo ve televizyonda en çok izlenen programlar konusundaki bulgular, genel olarak belirtilen bu duruma uygunluk göstermektedir.

TRT'nin tekel olduğu 1970-80'li yıllarda gerek radyoda, gerekse televizyonda en çok izlenen program türü olarak müzik ve eğlence yayınları gelmektedir. Bunu ikinci yoğunlukta haber ve güncel konulu programlar izlemektedir. Türkiye koşullarında radyo, haber ve haber programları konusunda televizyona göre az da olsa ağırlık kazanmaktadır. Bunun nedeni olarak, radyonun 1927'den beri halkın alıştığı bir haber aracı, kaynağı olması, televizyon yayınlarının tüm ülkeden izlenememesi, alıcıların pahalı olması gibi nedenlerden kaynaklandığı söylenebilir.

1990'lı yılların başlarında başlayan özel radyo ve televizyon yayınlarıyla birlikte, Türkiye'deki izleme alışkanlıkları değişmiştir. Özel kanalların yayınlarında daha çok eğlenceye yönelik ve özellikle radyoların da –birkaçı dışında- müzik kutusu olmaları nedenleriyle izlerkitle alışkanlıkların da farklılıklar meydana gelmiştir. O zamana kadar haber aracı olarak algılanan, kabullenilen radyo ve televizyon yayınları müzik ve eğlence ağırlıklı olduğundan, izlerkitlenin tercihleri de bu yönlerde olmuştur. Burada çok önemli bir nokta olarak, izleyicinin kendisine sunulanı tüketeceği gerçeğine de değinmek gerekir. Genelde bir ülkede ağırlıklı izleyici yüzdesi, Merill ve Lovenstein'in araştırmalarında saptadıkları ve ileri sürdükleri gibi, büyük oranda "cahiller, okumaz yazmazlar" olduğuna göre, bu tür yayınlara ilgi göstermelerini doğal karşılamak gerek. Diğer ülkelerde yapılan araştırmalara göre, programlara gösterilen ilgi farklıdır. Örneğin, İngiltere'de radyo programlarını dinleme sırası haber, radyo oyunları, güncel programlar, çeşitli hafif müzik iken, İsveç'te haber, eski tür dans müziği, hafif müzik ve oyunlar başta gelmektedir. Televizyonun yaygın olmadığı 50'li yıllarda ABD'de ağırlık haber yayınlarında toplanmakta (% 76), bunu radyo oyunları ile komedi, eski sevilen müzik, toplumsal konularla ilgili programlar izliyordu (Siepman 1957, s. 113). Günümüzde ise radyonun haber yanında bir müzik kutusu olarak algılandığı da yadsınamaz bir gerçektir.

İzleyicilerin program izlemedeki tercihlerinde belirleyici olan yayınların içeriğidir. Söz gelişi, eğitsel ve kültürel yayınlara yer vermeyen özel girişimci ülke radyo ve televizyonlarında bu yayınların izlenmesi de olanaksızdır. Ancak, yayınlara getirilecek sınırlamalar çerçevesinde tecimsel radyo ve televizyonların bu tür programlara yer vermeleri sağlanır.

16.2 Türk Radyo ve Televizyon Yayınlarının İzleyiciye Etkileri

Radyo ve televizyon, ilk yayına başlamalarından günümüze kadar geçen dönemde, farklı nitelik ve yoğunlukta olmak üzere, izlerkitleye etkisi vardır ve bu durum

farklı oranlarda, farklı boyutlarda sürmektedir. Günümüzde bu etkiler, alışkanlık durumuna geldiğinden, bugünün yetişkinleri, gençleri, çocukları bu düzende doğup büyüdükleri; yaşamlarını bu araçlarla birlikte düzenledikleri için, bu tür etkilerin saptanması oldukça zordur. Bu bakımdan yapılan izleyici araştırmalarında bu tür etkilerin ölçülmesi yerine daha farklı, daha mikro ölçüde araştırmalar yapılmaktadır. Radyo ve televizyonun ilk yıllarında izleyiciye olan etkilerini ölçmeyi amaçlayan bu araştırmalar "toplumsal (sosyolojik) etkiler", "ruhsal (psikolojik) etkiler" ve "bedensel etkiler (fizyolojik-biyolojik)" olarak üç grupta toplanarak yapılıyordu. Kuşkusuz sosyal bilimciler, konunun daha çok toplumsal boyutları ile ilgili olarak, radyo ve televizyonun izleyicinin eğitim ve öğretimine, aile yaşantısına, tutum ve davranışına etkileri üzerinde duruyorlardı. Bu konuda özellikle, görsel dikkat isteyen televizyon izlemenin, kişinin yaşamına; yemesine, uyku saatlerine, boş zamanları değerlendirmesine, diğer kitle iletişim araçları olan sinema ve tiyatro giderliğe, gazete, dergi, kitap okumaya, eğlenmesine olan etkileri saptayan araştırmalar yapılmıştır. Yayınlar, yıllar geçtikçe birey yaşantısının bir parçası durumuna geldiğinden, bu tür etkiler ölçülemez duruma gelmiştir.

Genel olarak radyo ve televizyonun toplumsal etkilerinden söz ederken bu iki aracın, yayın içeriklerine bağlı kalarak, yersel (mahalli) kültürü yıktığı, kültür düzeyini düşürdüğü savı ileri sürülmektedir. Gerçekten de, özellikle geleneksel ve geçiş durumundaki toplumlarda fazla kanallı olmayan radyo ve televizyon kurumları, çoğunlukla şebeke yayınları ile belirli bir düzeyde yayın yapmaktadırlar. Bu genel toplumsal etkiden bireysel etkiye gelindiğinde, gerek radyonun, gerekse televizyonun kişinin yaşantısında önemli bir yer tuttuğu ve yaşantısını birçok yönlerden etkilediği görülmektedir. Ancak burada kişinin radyo ve televizyondan etkilenmesinin daha önce açıklandığı üzere, kişinin bu araçlara açık olması, bu araçların kişiye ulaşabilmesi ön koşulu ile olanaklı olduğunu da belirtmek gerekir. Kişinin radyo ve televizyondan etkilenmesi, toplumsal yönden farklı alanlarda kendini gösterir.[141]

16.2.1 Aile Yaşantısına Etkisi

Diğer kitle iletişim araçları ile karşılaştırılırsa, radyo ve televizyonun aile yaşantısına girdiği, evin bir elemanı olduğu görülür. İlk yıllarında radyo, daha sonraları ise televizyon kişinin, ailenin ses veren bir arkadaşı durumuna gelmiştir. Bu yeni bireye göre kişinin, ailenin kendisini ayarlaması zorunlu olmuştur. Tersi olduğunda,

141 Radyo ve televizyonun etkileri konusunda geniş bir derleme için bkz. Lover- Defleur 1983.

onu evine, çalıştığı, bulunduğu yere almadaki amacına ulaşamaz. Yemede, uyumada, gezmede, hatta konukların gelmesinde bu araçların kimi belirgin olmayan, kimi ise belirgin olarak hissedilen etkileri vardır. Kuşkusuz, bu değişiklik ve düzenlemeler, bu araçlar o aileye ilk girdiği zaman daha belirgindir. Televizyonun aile yaşantısına etkisi ise, kişinin sürekli ilgisini istediğinden, daha çoktur. Yayınların geç saatlere kadar sürmesi uyku düzenini bozmuş, alıcıların belirli yerde olması aile fertlerinin belirli yerlerde toplanmasını gerektirmiştir. Ancak, günümüzde çok kanallı yayınlar nedeni ile birden fazla alıcının olması bu tür etkiyi azaltmıştır. Ailenin ev dışı gezintilerini yayınlara göre ayarlamaları, özelikle bu araçların fazla yaygınlaşmamış olduğu bölgelerde bu alıcıların bulunduğu evlerde ve pastane, kahvehane, restoran gibi yerlerde toplanılmasına neden olmuştur.[142] Özellikle, yeni televizyon alıcılarına sahip olan ailelerde bu tür etkiler daha belirgin olmuş, giderek bir uyum görülmüştür.

Radyonun yaygın olmadığı ilk yıllarda ise aynı etki radyo için olmuştur. Radyonun başlangıç yıllarında aile bireylerini bir araya topladığı bilinmektedir. Bu durum, o yıllarda aile düzenini önemli ölçüde etkilemiştir. Bugün ise, radyo alıcılarının ucuz ve taşınabilir nitelikte olması, her evde bulunması onu kişinin dostu, arkadaşı durumuna getirdiğinden radyonun bu tür etkisi azalmıştır. Hatta aile bireyleri arasındaki ilişkilerde bir gevşemeden dahi söz edilebilir. Televizyonun, günümüzde de, ilk yıllardaki gibi 'biraraya getirici' özelliği kırsal kesimde yine gözlemlenebilir.

Televizyon yayınlarının özellikle bireyin aile yaşantısında önemli bir yeri olan yemek, uyku ve gezme alışkanlıklarına etkisi, gelişmiş yabancı ülkelerde olduğu gibi çok belirgin olmuştur. Yine aynı araştırma bulgularına göre, uyku saatlerinin değişmesi; geç yatılması, yemek alışkanlıklarının televizyondaki programlara göre ayarlandığı, ev dışı gezmelerin en alt düzeye indiği şeklindedir. Önemli bir ulusal ya da uluslararası futbol maçının ya da bir açık oturumun olması gibi durumlarda bugün de bu etki görülebilmektedir. Ancak, yayın sürelerinin, kanallarının ve alıcı sayısının çoğalması, programların videoya alınarak sonradan izlenebilmesi, İnternet üzerinden web tabanlı veri akışı gibi olanaklar bu etkileri giderek azaltmış; birey yaşantısını etkileyen önemli olgular olmaktan çıkarmıştır (bkz. Kutucuk 11).

142 Günümüzde bu durumun biraz daha farklı boyut ve amaçlarla yapıldığı söylenebilir. Maç nakillerinin Digitürk aracılığı ile verilmesi, bu tür yayın alabilecek dev ekranlı yerlerde -çoğunlukla salonlarda- toplanılmasına neden olmaktadır. Bu konuda özellikle maç yayınları, geniş bir erkek izleyici kitlesinin ilgi odağı olmaya devam etmektedir.

> ***Kutucuk 18:***
>
> ***Geriye Dönük Televizyon İzleme***
>
> *Günümüzde bilgisayar, İnternet ve Televizyon teknolojisindeki gelişmeler çerçevesinde, web üzerinden geriye dönük televizyon yayınlarını izleme mümkün. Türkiye'de '**tivibu**' teknolojisiyle programları full HD kalitesine ekran üzerinde ve istenilen zamanlarda geciktirerek alma, izleme olanağı bulunmaktadır. Bu teknolojiyle kanallar anlık olarak canlı şekilde ya da bir haftalık bir süreyi kapsayacak şekilde geriye dönük izlenebilmektedir. 2010 yılında başlayan tivibu teknolojisiyle 100'den fazla ulusal ve uluslararası televizyon kanalı "durdur izle- geri al izle" yöntemiyle ev, mobil ve bilgisayar seçenekleri ile izlenebilmektedir. Bu teknoloji, sinema filimler içinde kullanılmaktadır (bkz. www.tivibu.com.tr).*

16.2.2 Serbest Zamana Etkisi

Radyo ve televizyon, toplumların yaşantısında kişinin eğlenme - dinlenme - merak amacı ile yaptığı ve genel olarak 'serbest zaman' olarak adlandırılan faaliyetini etkilemiştir. Başlangıçta radyonun müzik ve eğlenceyi ses olarak kişinin ayağına getirmesi, daha sonra televizyon ile görüntünün eklenmesi bu tür faaliyetlere ayrılan zamanın azalmasına neden olmuştur. Yapılan araştırmalardan, bu araçlara sahip olunan ilk yıllarda, özellikle eğlence yerlerine gidişte azalma olduğu saptanmıştır. Özel girişimin elinde bulunan yayın kanallarında daha çok izleyici çekme durumunda olmaları, programların da daha çok eğlenceye yönelik olması sonucunu doğurmuştur. Bunun için de büyük harcamalar yapılarak büyük eğlence (show) programlarının hazırlanışı, kişinin haber ve diğer gereksinmeleri yanında eğlence gereksinmesini de çoğu kez karşıladığından izleyicinin konser, gece kulüpleri, sinema, maç, opera, tiyatro gibi yerlere olan ilgisini azaltmıştır. Bu konuda yapılan araştırmalar yanında, bu gibi yerlerin gelirlerindeki azalma; bir kısmının kapanması ya da bu gibi yerlere gidiş zamanlarındaki değişmeler bu etkiyi açıkça göstermiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde radyonun yalnızca kulağa seslenen bir araç olması, izlerkitlenin serbest zamanını bir dereceye kadar etkilemekte; kulak dışındaki duyu organlarına seslenen serbest zaman faaliyetlerine fazla etkisi olmamaktadır. Sözgelişi, kişi radyodan müzik dinlerken herhangi bir ev işi, resim ya da heykel yapımı ile uğraşabilmektedir. Hatta bu nedenle radyo 'çalışırken dinlemeyi, sağlayan

bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilmektedir. Bu bakımdan radyo, ancak özel dikkat isteyen kimi söz yayınlarında kişinin serbest zamanını etkileyebilmektedir.

1976 yılında TRT'nin Ankara İli ve çevresinde yaptığı izleyici araştırmasında, televizyonun serbest zamana etkisi dolaylı olarak araştırılmıştır. Bulgulara göre, izleyicinin yarıdan fazlası televizyon izlerken herhangi bir işle meşgul olmamaktadır. Burada, izlerkitlenin yarıdan fazlasının serbest zaman faaliyetlerine ayırdıkları zamanlarının önemli bir kısmını televizyon izlerken harcadığı sonucu çıkarılabilir.[108] Bu durum günümüzde de geçerlidir. Çünkü televizyon kanallarının çoğalması, TRT'nin tek kanallı döneminden -eğlence yönünden- daha cazip hale gelmesi, seçeneklerin çoğalması gibi nedenler, izlerkitlenin televizyon başında geçirdiği saatlerin artmasına, dolayısıyla diğer faaliyetlere ayıracağı zamanı azaltmasına neden olması doğaldır. Bu durum, ABD'de olduğu gibi, *'mavi yakalılar'*dan çok, *'beyaz yakalılar'* üzerinde etkilidir.

Televizyonun, serbest zaman faaliyetleri içerisinde yer alan sinema ve tiyatro giderliğe; gazete, dergi ve kitap gibi diğer kitle iletişim araçlarına olan ilgiyi de belli oranlarda etkilemektedir.

16.2.3 Eğitim ve Öğretime Etkisi

Radyo ve televizyon yayınlarında yer alan mesajların az ya da çok eğitici, kültür verici, aydınlatıcı niteliği vardır. Bu nitelik, bu araçların yönetim biçimine bağlı olarak değişir. Gerçekten de radyo ve televizyonun toplumun tümüne elektronik olarak, anında seslenebilme özelliği, izlemek için okuma-yazma bilme koşulunu gerektirmemesi, bu araçlarla verilen mesajların eğitici, öğretici, haber verici, kültürleştirici yanını daha etkili ve ilginç duruma getirmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığı yapan radyo ve televizyon kanallarında bu tür programların yer alması beklenirken, işlevlerinden en önemlisi bu tür yayınlar yapması iken, özel girişimin elinde bulunan radyo ve televizyon yayınlarında bu işlev ikinci, hatta üçüncü plandadır.

Radyo ve televizyon yayınlarının eğitim ve öğretime katkısı, daha önce de açıklandığı üzere, geniş ve dar anlamları ile kişiye genel bilgi-kültür veren, eğitici yayınlardan beceri-uğraşı öğreten yayınlara kadar geniş bir yelpazede sıralanmaktadır. Genellikle radyo ve televizyonda yer alan eğitim, seslenilen kitle yönünden iki genel grupta toplanmaktadır. Yetişkin eğitimi ile ilgili yayınlar, çocuklara seslenen eğitsel yayınlar. Ayrıca bu yayınlar da kendi içlerinde çeşitli özellikler dikkate alınarak türlere ayrılmaktadır. Devletin elinde bulunan TRT yayınlarında eğitim ve

kültüre yardımcı olma, TRT'nin kamusal hizmet vermesi nedeniyle, yasal bir görevdir. Bu görev ve sorumluluk çerçevesinde yayınlar, farklı sosyo-ekonomik düzeydeki izlerkitleye göre yapılmaktadır.

Özel radyo ve televizyon yayınlarının başlamasından sonra haber kanalları olmasına karşılık, ağırlıklı olarak eğitim-kültür kanalları yoktur. Bu bakımdan bu tür yayınların etkisini ölçmeyi amaçlayan araştırmalar da yapılmamaktadır. Bu konuda üniversitelerde akademik çalışmalar içerisinde yer alan araştırmalar vardır.

Bu konuda uzun yıllardan beri devam eden "okul Radyosu" radyo programları, yabancı dil öğretimi ile ilgili programlar ile ilgili TRT televizyonları 4. kanalında yayımlanan "Açık Üniversite" yayınları ve 2011 yılında açılan "TRT Okul" kanalıyla TRT'nin ilk 20 yılında ağırlıklı olarak eğitime yönelik etki araştırmaları yapılmıştır, yapılmaktadır.[143]

O yıllarda yapılan araştırmalarda, özellikle televizyon yayınlarının, dar ve geniş anlamıyla izlerkitlenin eğitim ve öğretimine etkisi konusunda yapılan araştırmalarda şu bulgular elde edilmiştir:

Türkiye'de Televizyon yayınlarının başladığı ilk yıllarda, 1973 yılında, Ankara ilinde yapılan bir bilimsel çalışmada eğitsel yayınlarla ilgili bulgulara göre, genel olarak eğitim yayınları izlenmekle birlikte, çeşitli izleyici kümelerine göre yayınlar sıralandığında, en çok izlenen eğitsel yayın, köy yayınlarıdır (% 21). Bunu sırasıyla spor, yabancı dil, genel sağlık, çevre sağlığı, trafik vb. konuları içeren genel yetişkin eğitimiyle ile ilgili yayınlar izlemiştir. Bu izlemede cinsiyet, eğitim-kültür ve gelir düzeyleri gibi İzlerkitlenin özellikleri de eğitsel yayınlara ilgi ve yararlanmada farklılık göstermiştir. Eğitsel yayınlarının izlenmesindeki en büyük neden ise "eğitmesi-öğretmesi" olarak saptanmıştır. Bir başka deyişle, televizyonda yayınlanan yetişkin eğitimi ile ilgili yayınlar "eğitilme" amacıyla izlenmiştir. Bu yayınların etkisi ile ilgili bulgularda ise yetişkin eğitimi ile ilgili yayınlardan yararlanma (bir şeyler öğrenme ve uygulama) da izlerkitlenin % 86'sı bu yayınlardan bir şeyler öğrendiklerini, özellikle bu öğrenmenin tümüne yakın kısmı dar anlamlı; kişiye beceri ve uğraşı öğretici nitelikteki eğitsel yayınlardan birşeyler öğrendiklerini belirtmişlerdir. Kişinin yaşamında uygulama olanağı bulabileceği bu tür öğretilerin başında yabancı dil (% 33) ile ilgili eğitsel yayınlar gelmektedir. Bunu genel sağlık, çocuk bakımı ve eğitimi, spor eğitimi, trafik, dikiş, moda, aile sorunlarının çözümü ile ilgili eğitsel yayınlar izlemektedir. Eğitsel yayınlardan öğrenilenlerde

143 Konu ile geniş bilgi için bkz. Aziz, 1981; UNESCO, 1963, 1965, 1967; UNESCO, 1972.

izlemede olduğu gibi cinsiyet, gelir, öğrenim, yaş vb. ölçütler farklı öğrenmeye yol açmaktadır. Kişi, bu ölçütlerin çerçevelediği gereksinmelerine göre bu yayınlardan birşeyler öğrenmektedir. Kuşkusuz, öğrenilenlerden yarar sağlama, ancak bu öğrenilenlerin uygulanması, uygulanabilmesi ile anlamlı olur. Araştırmadan çıkan sonuçlara göre eğitsel yayınları izleyerek, bir şeyler öğrenenlerin % 87'si, bu öğrendiklerini uygulamış ya da uygulamayı düşünmektedir. Oldukça yüksek olan bu uygulama oranı kadınlarda daha fazladır. Bunun da en önemli nedeni, kadınlara seslenen eğitsel yayınların uygulamaya elverişli olmasından ileri geldiği söylenebilir. Uygulanan ya da uygulanması düşünülen konular hemen hemen öğrenilenlere benzerlik göstermektedir; başta yabancı dil ile ilgili eğitsel yayınlar gelmekte, bunu sağlık, çocuk eğitimi ve sağlığı ile ilgili konular izlemektedir.

1979 yılında kırsal kesimde yapılan bir başka radyo ve televizyon izleyici araştırmasında da yayınların eğitime olan etkisi ölçülmüştür. Araştırma bulgularına göre, radyo ve televizyon yayınlarının, kırsal kesimde yeniliklerin duyurulma-onaylanma-uygulama aşamalarından daha çok duyurma aşamasında etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Bu yeniliklerin benimsenip onanmasında ve daha sonra uygulanmasında ise, geleneksel, yüzyüze iletişim kalıplarının etkin olduğu görülmüştür. Kırsal kesimdeki çeşitli geleneksel kalıpların değişmesinde de yine —çok yüksek oranlar da olmasa bile— radyo ve özellikle televizyonun etkisi vardır. Bu etkilenmede izlerkitlenin eğitimi, cinsiyeti, yaşı önemli farklılıklar göstermiştir. Az öğrenim görenler, öğrenimsizlere göre, kadınlar ise bazı konularda erkeğe göre yayınlardan daha çok etkilenmektedir. Kuşkusuz, yaş etmeninin de önemli olduğunu ve radyo ve televizyondan eğitici nitelikte gelen iletilerin, gençlerde yaşlılara göre daha tez kabul gördüğünü de belirtmek gerekir (Aziz, 1981).

1983 yılında Çankırı ve Çorum, köylerinde aynı modelin uygulanması ile yapılan bir diğer araştırmada ise, yeniliklerin kırsal kesimde duyurulmasındaki haber kaynakları arasında radyo, tarım teknisyeninden sonra 2. sırada, televizyon ise 4. sırada yer almıştır. Uygulamada etkili kanallar olarak radyo ve televizyon diğer etmenler arasında en son kanallar olarak yer almıştır. Araştırma bulgularına göre, yenilikleri duyurma, öğretme ve uygulama aşamalarında, radyo ve televizyonun izlerkitleye etkisinin, yayınların içeriğine bağlı olarak, değiştiği saptanmıştır (Özgen, 1986).

Radyo ve televizyon yayınlarının çocuk ve gençlik üzerinde tutum ve davranış değişikliği yönünden etkisinin, yetişkinlere göre çok daha fazla olduğu da yapılan

araştırmalar sonucu saptanmıştır. Görüntü özelliğinden ötürü, televizyon yayınlarının çocukların tutum ve davranışlarını, yayınların içeriğine bağlı olarak, olumlu ya da olumsuz olarak etkilediği saptanmıştır. Özel girişimin elinde bulunan televizyon istasyonlarında ilgi çekmek için yapılan dramatik yayınlarla bu etkinin olumsuz olduğu ve çocukları şiddet ve zorbalığa ittiği bir gerçektir. Ayrıca, reklam türü yayınların yine çocuk ve gençlik üzerindeki etkisi de yetişkinlere göre çok daha fazladır. Bu durum yasal olarak da gerek 3984 sayılı *"Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun* "da (madde. 4/u, z ve 19)[144], gerek 6112 sayılı "Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hizmetleri Hakkında Kanun" ve gerekse kanun hükmünde olan "*Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi"n*de (m. 11)[145] ile *"Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi"*nde yer almıştır. Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nde çocuklar için, özellikle reklamlarla ilgili özel maddeler konmuştur:

16.2.4 Ekonomik Etki

Televizyonun, toplum yaşamına girmesi ile olumlu etkiler, özellikle boş zaman faaliyetleri ve eğlence yaşamı ile ilgili kimi harcamalarda daha belirgin olarak ortaya çıkmıştır. Televizyonun, eğlence yaşamı olarak kabul edilen sinema, tiyatro, eğlence yerlerine (gazino, konser vb. gibi) gitmeyi azaltması, bu konuda yapılan harcamaları da azaltmıştır. Türkiye'de televizyon yayınlarının yeni olmasından ötürü ölçülebilen bu durum, 1973 yılında Ankara'da yapılan araştırma sonuçlarına göre şöyledir: Televizyon yayınlarından ötürü gazinoya, gece kulüplerine daha az gidenlerin oranı % 66, konsere, konferansa daha az gidenler % 8, maça daha az gidenler ise yine % 8 olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle kadın izleyicilerde, gece kulüplerine, gazinoya gitmede azalma daha fazladır. Boş zaman faaliyetleri ya da eğlence yaşamı olarak kabul edilen sinema ve tiyatro giderliğe etkisi ise, bir önceki bölümde belirtildiği üzere, ülkemiz koşullarında önemli bir oranda azalma biçiminde ortaya çıkmıştır.

1990'lı yıllarda başlayan özel kanalların eğlenceye yönelik show, dizi, sinema filmi gibi yayınlarının olması ise bu tür eğlence gereksinimlerini daha da karşılar

144 "Madde 4/u) Kadına, güçsüzlere ve küçüklere karşı şiddetin ve ayırımcılığın teşvik edilmemesi."
"Madde 4/z Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyecek türden programların, bunların seyredebileceği zaman ve saatlerde yayınlanmaması."

145 "Madde. 11 Çocuklara yönelik ve içinde çocukların kullanıldığı reklâmlarda, onlara zarar verecek unsurlar bulunmayacak ve çocukların özel duyguları gözönünde tutulacaktır."

niteliktedir. Dolayısıyla bu tür faaliyetlere yapılan harcamalar da önemli ölçüde azaltmıştır.

Radyo ve televizyonun ekonomik açıdan bu olumlu etkileri yanında, olumsuz ekonomik etkileri olarak nitelenebilecek, izlerkitlenin, bu araçlardan yararlanmaları için yapmak zorunda kaldıkları harcamalar da vardır.[146] Bunlar şöyle sıralanabilir;

- Radyo ve televizyon alıcılarını gerek satın almak, gerekse yayınları başka yollardan izleme olanağına kavuşmak için yapılan harcamalar
- Radyo ve televizyon yayınlarının izlenmesi için anten, çanak anten, kablolu yayın ve ödemeli TV (pay TV), dijital yayın vb. için yapılan harcamalar
- Radyo ve televizyon alıcılarının satın alınmasında ödenen yıllık kullanım "bandrol" giderleri[147]
- Radyo televizyon yayınlarını izlesin izlemesin herkese getirilen elektrik faturasının % 3'ü oranında vergi[148]

Radyo ve televizyon yayınlarının izlenmesi için yapılması zorunlu olan bu harcamalardan alıcıların satın alınması ile ilgili harcamalar, günümüzde özellikle televizyon alıcıları için daha anlamlıdır. Radyo alıcıları ise, gelişen teknolojinin de etkisiyle daha ucuza elde edilebilmektedir. Zaman içerisinde taksitli satışların çoğalması, düz ekran, plazma ya da LCD ekran gibi yeni alıcı teknolojilerinin ortaya çıkışı; klasik, tüplü televizyon alıcı fiyatlarının da düşmesine yol açmıştır. Bu durumda televizyon alıcısına sahip olma da kolaylaşmış; bu da yeni harcamaların yapılmasını gerektirmiştir.

Uydudan dijital yayınların başlaması da, çanak antenlerle ilgili harcamaları arttırmıştır. Çok kanallı yayınların ortaya çıkardığı bir başka harcama ise, radyoda olduğu gibi, hem televizyon alıcı sayısının artmasına hem de izlenme yerine göre dev, büyük, orta ve küçük ekranlı televizyon alıcılarının satın alınmasına neden olmuştur. Artık salonda dev ekranla maçlar ya da sinema izlenirken, oturma odasındaki orta büyüklükte ekranlardan diziler, mutfakta ise başka programların izlenmesine başlanmıştır. Bu durum, bu alıcılar için harcama yapılmasını gerektirmektedir.

146 Televizyonun Türkiye'de başladığı ilk 8 yıl içerisindeki ekonomik etkileri konusunda geniş ve sayısal bilgiler için bkz. Şenyapılı, Aziz; Gürel 1977, s.139-224.

147 1980'li yıllara kadar Türkiye'de radyo ve televizyon alıcılarını kullananlardan yıllık kullanım vergisi (ruhsatiye vergisi) alınmakta idi. Daha sonra bu vergi kaldırılarak, ilk satın alırken "bandrol" ödemesi şekline dönüştürülmüştür.

148 Bu vergi, Turgut Özal'ın Başbakanlığı sırasında TRT'nin gelirlerini arttırmak için konulmuş bir vergidir. Toplanan paralar daha sonra siyasal baskı olarak hükümetler tarafından TRT'ye düzenli olarak ödenmemiştir.

Aynı şekilde, çanak antenlerdeki gelişmeler de daha çok kanalın izlenmesi isteği ile 1000 kanallı televizyon yayınını alan çanak antenlere sahip olunması sonucunu doğurmuştur. Radyo ve televizyon yayınlarını izlemek için gerekli ikinci harcama türü olan anten, çanak anten ve kablolu yayın için yapılan harcamalar yanında dijital servis sağlayıcılara verilen aylık servis ücreti ile ilgili harcamalar, kullanılan araca, yararlanılan servislere bağlı olarak değişebilmektedir. Ancak, özellikle uydu yayınlarının başlaması ve yayın servisi veren platform hizmetleriyle bu harcamalar giderek artmıştır.

BÖLÜM 17:

21. YÜZYILIN İLK 10 YILINDA TÜRK RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞININ ÖZELLİKLERİ

21. yüzyılın ya da 2000'li yılların ilk 10 yılında dünyada olduğu gibi Türk elektronik yayıncılığı da önemli bir evreden geçmektedir. 1990'lı yılların başından beri Türkiye'deki gelişmelerin bugüne uzanan etkisi ile oluşan özellikler genel, hukuki, yayın içeriği -yayın etiği ve teknik olmak üzere dört başlık altında verilebilir.

17.1 Genel özellikler

- ***Medya kavramı yerleşti.*** Son on–onbeş yıllık geçmişi içerisinde Türk medyası çok önemli gelişmeler göstermiştir. Öncelikle "medya" sözü yerleşmiştir. Daha önce kullanılan "kitle iletişim (haberleşme) araçları" deyimi kaybolmuştur. Bu kavrama karşı olanlar bile bu kavramları kullanmaya başlamışlardır. Dildeki bu durumun anlamı, kitle iletişim araçları olarak bilinen gazetelerin, dergilerin, radyo ve televizyon yayınlarının artık eskiden olduğu gibi tek tek değil, birleşerek, güçlenerek toplumları etkilemeye başlamasıdır.
- ***Çapraz mülkiyet ilişkileriyle "Medya Patronları" doğdu.*** İş adamları medya patronluğuna soyundular. Batıda kullanılan "Medya Moğolları" (Media Moguls) deyimi, Türk medyasını elinde bulunduranlar için de kullanılmaya başlandı[149]. Bu gelişmelerin en önemli itici gücü, iletişim teknolojilerindeki

149 "Medya Moğolları" deyimi, asıl mesleği gazetecilik olmadığı halde, farklı işlerde çalışırken kendisine güç katmak, diğer işlerinde kendisini güçlendirmek ve hükümetler, hatta devlet üzerinde baskı kurmak, kimi kez para da kazanmak üzere, kendisini bir anlamda riske atarak yazılı ve sözlü basını elinde tutmak üzere girişimde bulunanlar için kullanılmaktadır.

gelişmeler; bu teknolojilerin kullanılmasında büyük kapitallere gereksinim olması, bu kapitallerin de büyük iş adamlarında bulunması olarak gösterilebilir. Bu konuda farklı yapılarda olmasına karşılık ABD'de Time-Warner, Capital Cities-ABC, Gannet, Knight Ridder, Rubert Murdoch, İngiltere'de Thompson, New Corporation, Fransa'da Hachette, İtalya'da Berlusconi gibi dev medya şirketleri hem üretim, hem dağıtım sürecini ellerinde tutmaktadırlar. Türkiye'de de buna benzer yapı meydana gelmiş; 2010 yılına kadar Aydın Doğan, Turgay Ciner, Mehmet Emin Karamehmet, Uzan ailesi, İhlas Grubu ile Feza Yayıncılık ile son yıllarda medya patronu olma yolunda ilerleyen Doğuş Grubu bu tür medya patronları olarak ortaya çıkmışlardır. Bu gruplar, çapraz mülkiyet ilişkileri yanında dağıtım ve reklam pastasını da kontrol etmektedirler (Topuz 1989; Özsever 2005, s. 113-126).

Günümüzde (2013) ise bu durum, patron değiştirerek sürmekte; özellikle yeşil sermaye olarak adlandırılan yeni sermaye grupları medya patronluğunu eskilerden devralmaktadırlar. Böylece 20-25 yıl öncesinin "Medya Moğolları", günümüzde "Yeni Medya Moğolları" adı ile nitelenebilecek görünümleriyle ve arkalarını siyasal iktidarlara dayayarak yeni medya düzenini oluşturmaktadırlar.

- ***Medya sahipleri siyasal baskı olarak ortaya çıktı.*** Eskiden beri var olan siyasal güçlerin (iktidar-muhalefet partileri) medya üzerinde baskı aracı olma durumu tersine döndü. Medya patronları, arkalarına, sahip oldukları yazılı, sözlü ve görsel medyayı aldılar ve dördüncü güç olarak siyasal kurum ve kuruluşların hatta devlet bürokrasisinin üzerinde baskı grubu oluşturdular. Adeta, **Brian Mc Nair**'in söylediği gibi, medya bir *"siyasal aktör"* konumuna geldi. Böylece, bireysel çıkarlar için medyanın baskı unsuru olarak kullanılması eğilimi, bu kez siyasilerden alınmış; tersine çeşitli çıkar amaçları ile siyasilerin üzerinde 'baskı' aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Medyanın gündem oluşturma gücü, medyanın kendi çıkarları açılarından kullanılmaya başlanmıştır (bkz. Mc Nair, 2011).

Türkiye'de bu durumun oluşmasında, kuşkusuz 1990'lı yılların başında Anayasaya ve ilgili yasalara aykırı olarak başlayan televizyon ve radyo yayınlarının etkisi olduğu açıktır.

- ***Medya planlaması önem kazandı.*** Medya kamu, özel sektörde ve sivil toplum örgütlerinde ağırlığını hissettirmiş; tanıtım, halkla ilişkiler reklam faaliyetlerinde medya ile ilişkisinin düzenlenmesinde uzmanlar kullanılmaya

başlanmıştır. "...Bir dizi problemlere en iyi cevapları sağlayacak kararları verme işlemi..." olarak tanımlanan 'medya planlaması' olgu ve sürecinde "medya planlamacıları" (media planners) önem kazanmış; bu konuda yetişmiş elemanlar kullanılmaya başlanmış, özellikle özel kesimde, reklam ajanslarında medya planlaması yapmak üzere, bu alanda yetişen elemanlar istihdam edilmeye başlanmıştır. Konu ile ilgili olarak üniversitelerde dersler konmuştur (Başal, 1998).

17.2 Hukuksal özellikler

- ***Elektronik yayıncılıkta devlet tekeli sona erdi.*** Bu olumsuz gelişmelerin en önemli yansıması, Devlet elindeki yayın tekelini elinde bulunduran TRT'ye rağmen, radyo ve televizyon yayıncılığında önce fiili olarak, "oldu-bitti" ile yayınlar başlatılmış; yasal düzenleme 3 yıl sonra gelmiştir. Yasal düzenlemelerle ilgili çalışmalar, siyasette pazarlık konusu olmuş, gerek partiler arasında, gerekse partiler (siyasal iktidar ve muhalefet partileri) ile özel kanallar arasında pazarlık konusu yapılmıştır. Özel kanallar, menfaat birliğinde çabuk anlaştıklarından örgütlenmişler ve fiili durumlarını, kendi yararlarına yasallaştırılması için çalışmışlardır. Ancak, toplumda önceleri özgürlük olarak adlandırılan ve genel olarak kabul gören bu yayınlarda şiddet, seks ve kişilik haklarına saldırı niteliğine varan denetimsiz yayınlarla olumsuz etki yapmaya başlamıştır. Bir başka deyişle, başlangıçta toplumun geniş bir kesimi yasasızlığı, 'oldu-bitti'yi hoş görürken ya da bu yönü ile ilgilenmezken, bir süre sonra. —özel kanalların kendileri de dahil— eleştirmeye, yakınmaya başlamışlardır. 'medya patronları'nın ortaya çıkması ise bu dönemde olmuştur.
- ***TRT'nin yasal durumu Anayasaya aykırı duruma geldi.*** 1982 Anayasasının yayınlarla ilgili 133. maddesinde 1993 yılında yapılan TRT'nin özerk yapısının öngörülmesi ile ilgili yasal değişiklik bugüne kadar yapılmadı. Böylece TRT, 13 yıldan beri (2006 yılı durumu) Anayasanın 133. maddesine aykırı bir hukuk düzenlenmesine göre çalışmaktadır. TRT'nin yapısı ve işleyişi, 1983 yılında çıkarılmış olan 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon yasasına göre yapılmaktadır. Yayınlarla ilgili düzenlemeler ise 3984 sayılı yasaya göre yapılmaktadır.

- ***TRT zayıflatıldı.*** TRT yayınları, özel radyo ve televizyon yayınları karşısında izleyici kaybına uğradı. Bu kayıp ise, giderlerinin büyük bir kısmını reklamlardan ve özellikle de tek televizyon yayınlarının sahibi olarak televizyon yayınlarından kazanan TRT'nin gelirinde oldu. Yasa ve reklam yayın esasları ile bağlı olan TRT, bu konuda herhangi bir düzenleme ile kendini bağlı saymayan özeller karşısında yenik düştü, maddi yönden zayıfladı. TRT'nin, özel kanallardan reklam açısından olumsuz etkilenmesi yanında, buna bağlı olarak iyi program yapma gereksinimi ile yetişmiş elemana sahip TRT'de yayıncı ve teknik eleman açısından da kan kaybı olmuştur. Yüksek ücretlerle yönetici, yapımcı, yönetmen, teknik eleman transferleri öncelikle TRT'den özel yayın kuruluşlarına, bir süre sonra özel kanallar arasında, daha iyi yere, daha iyi maddi olanaklarla geçme olayı, özeller arası iç transferi başlatmıştır. Bir anlamda TRT, yılların birikimi ile özel kanallar için yayıncı yetiştiren bir okul niteliğini kazanmıştır. Ancak, bu durum TRT'nin zayıflamasına, özeller karşısında güçsüz duruma gelmesine neden olmuştur.
- ***Siyasilerin devlet radyo ve televizyon yayınlarına olan ilgisi azaldı.*** Özel kanalların ortaya çıkması, siyasal odakların TRT'ye olan ilgisini, doğal olarak azaltmıştır. Siyasal odaklar (iktidar ve muhalefet) kendilerine yandaş, onları destekleyecek özel kanallarla, gazetelerle ilgilenmeye, hatta bu tür medya ile dolaylı olarak bu kanallarla bağlantı kurmaya, medya patronları neredeyse bir ya da birkaç siyasi parti taraftarı gibi hareket etmeye başlamıştır.

17.3 Yayınların İçeriği ile ilgili Özellikler

- ***Haber verme özgürlüğü yozlaştırıldı.*** Medya konusunda tüm dünyada teknolojiye bağlı bu gelişmeler, Türk toplumunda özel yayıncılığın sınır tanımadan gelişi, etkisini başta hukuk olmak üzere toplumsal, politik, ekonomik ve etik alanlarda da yoğun olarak hissettirmiştir. Bu gelişmelerin bir kısmı medyada çok seslilik, çoğulcu demokrasi, düşünce özgürlüğü, yansızlık gibi tanımlarla olumlu karşılanırken, bir kısım gelişmeler ise toplumu olumsuz olarak etkiledi. Bu bağlamda, başta yayıncılık ile ilgili hukuk düzeninin alt üst olması, elektronik medyada, izinsiz frekans kullanımından kaynaklanan frekans karışması (enterferans), elektromanyetik alanın

kirlenmesi; yayınlarda herhangi bir denetim olmadığından her türlü mesajı verme özgürlüğünün, toplum yararı değil, kendi çıkarları için kullanılması; toplumları olumsuz olarak etkileyebilecek türlü mesajların -özellikle şiddet ve porno türü yayınların yoğun olarak verilmesi, özel yaşama karışma; yayın yolu ile topluma verilmesi gibi yayın etiğinin yozlaştırılması, haksız kazanç sağlanması gibi hususlar olumsuz hususlar olarak ortaya çıkmıştır.

- ***Radyo ve televizyon yayınlarında promosyon dönemi başladı.*** 1980'lı yıllarla birlikte yazılı basında görülen promosyon olayları, özel radyo ve televizyonların başlaması ile görsel - işitsel elektronik yayınlarda da görülmeye başlandı. Önceleri gazetelerde görülen promosyonlar, daha sonra özel radyo ve özellikle televizyon programlarında yoğun olarak kullanıldı. Gazetelerin, tiraj arttırma ve daha çok reklam almak üzere önce basının işlevleri ile bağdaşabilecek -örneğin ansiklopedi, kitap gibi- nitelikte promosyonlar verilirken, zamanla arabadan, televizyondan, tencere, tava, tabak, bardaktan deterjana kadar her türlü promosyon verilmeye ve adeta gazeteler arasında bir promosyon savaşına kadar giden bir uygulamaya gidildi. Bu durum özellikle televizyonda da kendini daha farklı boyutta göstermiş; canlı yayınlarda, telefon yolu ile "promosyon" olayı kullanılarak izleyici ekran başına çekilmeye çalışılmıştır.[150]
- ***"Reyting" olgusu başladı.*** Reklama dayalı özel radyo ve televizyon olayının başlaması ile 'daha çok izleyici, daha çok reklam' ilkesine göre hareket edilmeye başlanmış ve yayınlardaki en önemli başarı ölçütü, hangi kanalların, hangi saatlerde, dakikalarda izlendiğini saptayan araştırma tekniğine göre belirlenmiştir. Tüm dünyada uygulaması yapılan, kurumsallaşmış bir izleyici ölçüm tekniği olan peoplemeter AGB yöntemi ülkemizde de uygulanmaya başlanmıştır ve bu olay "reyting" (izleme oranı) kavramı ile açıklanmıştır. Böylece reyting alan programlar, kanallar kendi medyalarında ilan edilerek reklamların, sponsorların o kanallara gitmesi sağlanmıştır.
- ***Yayınlardaki tek yönlülük azaldı.*** Teknolojinin de yardımı ile çok sayıda, küçük izleyici kitlelerine kadar inen program formatları ile radyo ve

150 Bu konuda, 2000'li yılların başında yayınlanmaya başlayan sunduğu "Çarkı Felek" , daha sonra "Ya Şundadır ya Bunda" , "Kim 500 milyon İster?" türü programlar ile "En Zayıf Halka" gibi yarışma programlarında piyango türü araba, çeşitli beyaz eşyalar ve para gibi promosyonlar dağıtılmıştır. Bu programların bir kısmı ise -örneğin "Eyvah Düşüyorum!" gibi-günümüzde de zaman zaman yayınlanmaktadır.

televizyon yayınlarının tek yönlü olmasından kaynaklanan olumsuz niteliği kısmen de olsa ortadan kaldırıldı. Genelde kitle iletişim araçlarının, özelde ise radyo ve televizyon yayıncılığının olumsuz yanı olan "tek yönlü" iletişim, ya da geribildirim (feedback) olmadığı bir kitlesel iletişimin bu olumsuz niteliği giderilerek yeni bir görünüm kazandırdı. İzleyicinin elektronik kitle iletişim araçlarından tek yönlü mesaj alması sınırlandırılmış, izleyicinin katılımı olanaklı kılınmıştır. İzleyiciyi göreli de olsa, bu kanallar karşısında edilgen (pasif) durumdan etken (aktif) duruma gelmiştir. İnteraktif yayıncılık, göreli de olsa uygulanmaya başlamıştır.

- ***Yerel yayıncılık önem kazandı.*** 2000'li yılların en önem gelişmesi, özel radyo ve televizyon yayıncılığının son derece hızlı bir şekilde yerel yayıncılığı teşvik etmesidir. TRT'nin tekel olduğu uzun yıllar, yerel yayıncılık hemen hemen hiç gelişmemiş; özel kanalların başlaması ile yerel yayıncılıkta patlama olmuştur. İlçelere kadar inen radyo ve televizyon yayınları başlamış, küçük idari birimlerin haberlerini, gereksinimlerini karşılayan yerel radyo ve televizyon yayınları başlamıştır. Böylece, ülkemizde büyük bir eksiklik olan yerel yayıncılığın gelişimine doğru önemli bir adım atılmıştır. Ancak, bu yayınların yasal olarak başlamaması sonucu, yayıncılıkla ilgisi olmayan, bu konuda deneyimleri bulunmayan yayıncı anlayışını da beraberinde getirmiştir. Daha açıkçası, yerel yayınlar konuyla fazla ilgisi olmayan, örneğin gazinolarda DJ'lik ya da sunuculuk yapan kişilerce yapılan bir yayın dönemi yaşamıştır. Bu bakımdan da yerel radyo ve televizyon yayınlarının pek çoğunda, RTÜK'ün yönetmeliklerle belirlemiş olmasına rağmen gerek ekipman, gerekse ilgili çalışan kişilerde eksiklikler oldu ve bir kısım yerlerde bu durum devam etmektedir.
- ***Televizyonlarda yerli dizilerin sayısı çoğaldı.*** TRT'nin tekel olduğu zamanda başlayan yerli diziler, özel kanalların başlaması ile çoğaldı. 15 ulusal kanalın % 80'e varan orandaki TV kanalında yer alan yerli diziler, bu tür yapımların çoğalmasına neden oldu. Bu dizilerin tutulanları uzun diziler olarak devam etti. Dizilerin ilgi çekmesi için aşk, şiddet, mafya ilişkileri bol bol işlendi.[151]

151 En yakın örnek olarak, 10 yıldan beri yayınlanmakta olan "Kurtlar Vadisi" ve "Kurtlar Vadisi Pusu" dizisi verilebilir.

- ***Televizyon yayınlarında reklamların yerleştirilmesi çeşitlendi.*** Radyo ve televizyonlarda yer alan reklamlar, yasalara rağmen sık sık ve değişik formatlarda verilmeye başlandı. Örneğin filmler arasında belli zaman dilimlerinde yayınlanması gereken reklamlar, çoğunlukla bu kurallara uymamakta, hem çok sık, hem de verilmemesi gereken formatlar – programın içinde, sanal) olarak verilmeye başlandı. "Sanal reklam" tanımlaması ile anılmaya başlanan bu tür reklamlarda, özellikle dramatik yapım olan dizilerde, beklenmeyen yer ve zamanda yapımın içinde, onun bir parçası olarak verilmeye başlandı[152].
- ***Radyo eski günlerine döndü.*** Türkiye'de özel radyo ve televizyon yayıncılığının başlaması ile en olumlu etki, radyo izleyicisinde görülmüştür. Özel radyo kanallarının ortaya çıkması ve bunların büyük çoğunluğunun yerel (mahalli) radyo durumunda olması, küçük izleyici kümelerine seslenen yayınların yapılmasına neden olmuştur. Bu durum ise, uzun yıllar radyo yayınlarından kopan izleyicilerin -özellikle gençlerin- radyoya dönmesine ya da daha doğru bir saptama ile özel radyolarla ilgili yeni bir izleyici kitlesinin doğmasına neden olmuştur. Bu radyoların büyük bir çoğunluğunun her türlü müzik yayını yapmaları, bu radyolarda en son çıkan müzik kasetlerinin, CD'lerin çalınması, bu ilgiyi hızlandırmıştır. Hatta müzik bant ve CD'lerinin dinlenmesini de azaltmıştır. Bir anda ortalama 20-30 – İstanbul'da 100'den fazla- radyo frekansını izleyebilme olanağına kavuşan genç izleyiciler müzik gereksinmelerini bu radyolardan karşılamaya başlamışlardır.
- ***Canlı yayın ile birlikte farklı sunucu tipi doğdu.*** Bu konuda en güzel örnek, radyo yayınlarında disc-jokey türü kişilerin çoğunlukla canlı yayın sunuculuğu yaptıkları program türlerinin ilgi ile izlenmeye başlanmasıdır. Bu durum, yukarıda sözü edilen genç izleyicilerle program sunucularının yakın ilişki içerisinde olması sağlanmıştır. Aynı durum, daha sınırlı olmakla birlikte televizyon yayınlarında da görülmüştür. Böylece, yayınların tek taraflı olmasının olumsuzlukları, bu tür izleyici bağlantıları ile giderilmeye çalışılmıştır.
- ***Türk sinemasının eski ürünleri genç kuşaklara tanıtıldı.*** ABD'de ve diğer Batı ülkelerinde olduğu gibi, artan sayıda televizyon kanalları, yayınlarını

152 Bu konuda ilk örnek olarak 2005 yılında yayımlanmaya başlanan "Kurtlar Vadisi" dizisinde bu tür reklamlar verildi.

doldurmaları için Türk sinemasının eski filmlerini göstermeye başlamıştır. Bu durumun toplumsal açıdan önemli etkisi olmuştur. Özellikle çocuk ve gençlerin ya da bu filmleri daha önce izleyememiş kitlenin, bu tür filmleri izlemeleri, Yeşilçam filmlerinin topluma tanıtılmasına, bu filmlerin çekildiği zamanki kültür yapısının genç kuşaklara aktarılmasına neden olmuştur.

- ***Türkçe'nin bozulmasına neden oldu.*** Özel radyo ve televizyon kanallarının hukuka aykırı olarak ve en önemlisi hazırlıksız olarak yayına başlamaları, deneyimsiz kişilerin (mankenlerin, şarkıcıların) mikrofonlara, ekranlara geçmesine neden oldu. Yayıncılığın bir kültür birikimi sonucu olması gereken bir uğraş olduğu hesaba katılmadan, mesleki herhangi bir eğitimden yoksun bu sözde yayıncıların çalışmalarının en önemli etkisi Türkçe'nin kullanılmasında görüldü. Ülkemizin dil dağarındaki "temel söz varlıkları" –özellikle radyo yayıncılığında- giderek azalmaya, bozulmaya başladı. Bu durum, Türkçe'nin hem zenginleşmesine engel olmuş, hem de "temel söz" varlığı bozulmuştur. Moda deyimler söylemi içerisinde olmaları, Türkçe'nin yozlaştığı şeklinde haklı yakınmalara neden olmuştur. Özel radyo ve televizyon yayınlarında sunuculuk ve plak-çalarlığın (disc-jokey) profesyonel bir iş olduğu bilincinin yerleşmediği bu durumda, herhangi bir eğitimden geçmeyen, deneyimi olmayan, kültür düzeyi çoğunlukla düşük gençlerin yayıncılığa soyunmaları, TRT'nin, bir "okul" (ekol) olarak yıllardan beri kurmakta olduğu radyo yayıncılığını da olumsuz etkilemiştir. Bu durum, televizyonda sıkça yer alan yerli dizilerde de kendini göstermiş; halkın belki çok küçük bir kesimin kullandığı argo dolu bir dil, tüm topluma sunulmuştur. Kuşkusuz bu durumun olumsuz etkileri, uzun sürede, özellikle Türkçe'nin yozlaşmasında görülmeye başlanmıştır.[153]

17.4 Ekonomik gelişmeler

2000'lı yılların başların da Türk radyo ve televizyon yayıncılığının önemli özelliklerinden biri de ekonomik alanda görülmektedir.

153 Bu konuda 2000'li yıllarda 2004-2005 yıllarında yayımlanan ve ilgi ile de izlendiği izleyici ölçümlerinden anlaşılan "Kurtlar Vadisi", "Avrupa Yakası", "Cennet Mahallesi", 2010'lu yıllarda ise "Muhteşem Yüzyıl", "Ezel", "Dila Hanım", "Yalan Dünya", "Seksenler" gibi yerli televizyon dizilerinde verilmektedir,

- ***Reklam pastası büyüdü.*** 2000'li yılların ekonomik açıdan en önemli olgusu hiç kuşku yok ki reklam harcamalarının artması, reklam pastasının büyümüş olmasıdır. Bu büyümede en önemli etken, özel radyo ve televizyon yayınlarının başlamasıdır denilebilir. Ulusal, bölgesel ve yerel yayıncılıkta da görülen bu olgu, daha çok, fazla reklam potansiyeli görülmeyen yerel yayıncılıkta daha çok görüldü.

Özel yayınların başlamasına kadar, TRT'nin çok sınırlı medya frekans ve kanallarına karşı, özel televizyonların başlaması ile patlama yapan yerel radyo ve televizyon kanalları ile yerel reklam olayı da patlama yaşamıştır. O güne kadar yerel radyo ve televizyon kanallarına sahip olmayan Anadolu il, hatta ilçelerinin bu tür bir olanağa kavuşması, reklam mecrasını yerel yayınlara döndürmüştür. Bir diğer deyişle, reklam potansiyeli açığa çıkmış, uygulanmaya başlanmıştır. Böylece, yerel radyo televizyon ile reklam olgusu, reklamı, büyük hizmet ve ürün sahiplerinin tekelinden çıkararak toplumun geniş kesimlerine yaygınlaştırmıştır. Kuşkusuz burada ulusal düzeyde yayın yapan ve İstanbul radyo ve televizyonları olarak bilinen ulusal frekans ve kanallarda da aynı durum söz konusu olmakla birlikte, bu tür frekans ve kanalların, reklamlarını daha çok TRT'nin tekelinde olan reklam pastasından yararlanarak aldıkları söylenebilir. Ancak yine de buralarda reklam pastasının büyüdüğü de bir gerçektir. Özellikle, programlara 'sponsorluk' yolu ile reklam alınması olgusu buralardaki reklam pastasını da büyütmüştür. Dolayısıyla toplam reklam harcamaları da fazlalaşmıştır. Özel radyo ve televizyon frekans ve kanallarının, yasasız olarak yayına başladıkları ilk yıllarda, reklamlarda herhangi bir kuralın tanınmadığı ve yayımlanma ücretlerinin herhangi bir sınırlama olmadan bu kuruluşlarca saptandığı bir reklam piyasası oluşmuş, çeşitli promosyon olayları ile reklam gelirleri de arttırılmıştır. Bu durum özel kanallara reklam vermeyi de daha cazip hale getirmiştir.

- ***Reklam gelirleri yayın kanalları arasında eşit dağılmadı.*** Elektronik medyada özel radyo ve televizyon yayınlarının başlaması ve reklam pastasının büyümesi ile radyo ve televizyon kuruluşları, bu pastadan pay almak için sıkı bir rekabet içine girdiler. AGB Anadolu'nun izleyici ölçüm sonuçlarına göre izlenme oranı (reyting) ile reklam verenler üzerinde etki yapmaya başladılar. Firmalar reklamlarını bu reytinglere göre reklam ajanslarına ve kanallara vermeye başladılar. Bu konuda son verilere göre, televizyon reklam gelirlerinin % 75'i Kanal D (% 38), ATV (% 17), Show TV (% 13) ile Star

TV'/TMSF (%6) arasında paylaşılmaktadır. TRT dahil diğer tüm televizyon kanalları reklam harcamalarının % 25'ini almaktadırlar (Open Society Institute 2005, s. 204).

- ***Yayınlarla ilgili "yayın endüstrisi" doğdu.*** Özel radyo ve televizyon yayınlarının başlaması ile etkisini gözlemlediğimiz bir diğer olgu, bu alanların tecimsel (ticari) bir iş olarak görülmesidir. Bu tecimselliğin doğal sonucu, yayınların gerçekleşebilmesi için gerekli olan yayın ürünlerini ortaya çıkaran bir hafif endüstrinin, yayın endüstrinin doğmasıdır. Radyoda haber ve müzik programları için muhabir, program yapımcısı, disc-jokey gibi elemanlara; televizyon yayıncılığında ise, görsel ürünler gerektiğinden, bu tür yayınların yapımında teknik ve yayıncı olarak pek çok yetişmiş emeğe gereksinme olmuştur. Herhangi bir stüdyo programında bile konularında deneyimli, on-onbeş uzman elemana gereksinme varken dramatik yapım türü ürünlerde ise (diziler, tiyatro gibi), araştırıcı, senaryo yazarı, yapımcı, yapımcı yardımcısı, yönetmen yardımcısı, oyuncu, sunucu, dekorcu, makyajcı, kameraman, sesçi, ışıkçı gibi çok daha fazla uzman elemanın çalışması gerekmiştir. Bu durum ise, yeni iş olanaklarının doğmasına neden olmuş; özel televizyon kanalları, bu tür yapımları -hem zor, hem çok daha pahalıya çıkacağından- dışarıdan, bu işle uğraşan yapım şirketlerinden almayı yeğlemişlerdir. Bu durum ise, bu tür yapımların hazırlandığı "yapım şirketlerinin" çoğalmasına neden olmuştur. Sayıları, kesin olarak bilinmeyen bu kuruluşların özel kanalların başlamaları ile sayıları çok daha fazlalaşmıştır.[154]

17.5 Teknik Gelişmeler İle İlgili Özellikler

Tüm dünyadaki elektronik yayıncılıkla ilgili teknolojik gelişmeler kısa zamanda Türkiye'de görüldü ve yoğun olarak kullanılmaya başlandı. Daha önce video ve renkli televizyon kullanılmasında görülen bu olgu, sosyal değişimin de dayatması ile Türkiye'de önemli teknolojik uygulamalar oldu ve bu olgu, tüm hızıyla günümüzde de devam ediyor. Bu uygulamaları şöyle gruplandırabiliriz:

154 TRT'de ise 80'li yılların sonlarında bu yönteme başvurulmuş; kendi ekipmanı, yapımcıları, senaristleri, yönetmenleri olduğu halde bazı program ve dizileri, dıştaki yapım şirketlerine sipariş edilmiştir. Konu ile ilgili bir araştırma için bkz. Aziz 1999.

- ***Çanak antenlerdeki gelişmelerle daha fazla yayın izlenmeye başlandı.*** Uydudan yapılan yayınların alınmasıyla televizyon yayınlarının izlenmesi, bu yayınların izlenmesini sağlayan çanak antenlerin biçim olarak küçülmesine, güçlendirilmesine ve fiyatının düşmesine neden oldu. Böylece geniş halk kitleleri tarafından alınmaya ve kullanılmaya başlandı. Bu tür olanağın olması ise uydu yayınlarında da, karasal vericilerde kanal ve frekans bulamayan pek çok bölgesel ve yerel radyo ve televizyon yayın girişimcisine, uyduya çıkarak yayın yapma olanağı sağladı. Bu konudaki düzenleyici belgelerin yetersizliği ya da etkili olarak kullanılamayışı, bu tür teknolojiden yararlanarak çok sayıda radyo ve –özellikle- televizyon kanalının yayın yapmasıyla sonuçlandı.
- ***Dijital yayınla ilgili servis sağlayıcıları başladı.*** 2000'li yıllarla birlikte, uydudan gelen yayınları alarak ve kendi dijital olarak kanallarını ve interaktif yayıncılık yöntemlerinin kullanıldığı dijital yayın hizmetleri/platformları başlatıldı. Bu konuda günümüzde hizmet veren iki dijital platform vardır: "Digitürk" ve "D-Smart" (bkz. Kutucuk 18).
- ***Karasal dijital yayıncılık ile ilgili çalışmalar başladı.*** Elektronik yayıncılıkta teknik yönden en son gelişme ise, radyo ve televizyonda dijital yayıncılığın başlatılmasıdır. Daha önce, uydudan yapılan ve ancak çanak antenler aracılığı ile alınan yayınlar, artık karasal vericilerle dijital yayınlar verilmeye başlandı. 2014'e kadar Türkiye'de karasal vericilerden dijital yayıncılık ağının tamamlanacağı planlanması yapılmıştır.
- ***Internet yayıncılığı başladı.*** Türk elektronik yayıncılığına teknik olarak damgasını vuran en önemli gelişmelerden bir diğeri, uydu teknolojisindeki gelişmeler sonucu, İnternet yolu ile radyo ve televizyon yayınlarının gerçekleşmesidir. Bu durum, özellikle yayınları için frekans ve kanal bulmakta yasal ve teknik olanaksızlık içinde olan yayın kuruluşları için kurtarıcı olmuştur. Aynı zamanda yerel yayınların İnternet yolu ile geniş kitlelere –kuramsal olarak tüm dünyaya- yayılması gerçekleşti. Internet bağlantısı olan bilgisayar sahibi herkesin ulaşabileceği bu yayınlar yoluyla radyo ve televizyon alıcısı olmadan da yayınların izlenmesi gerçekleşti.

Kutucuk 19:
Türkiye'de Sayısal / Dijital Yayın Platformları

Türkiye'de sayısal dijital yayın yapan iki platform vardır: Digitürk ve D-Smart. İlk dijital hizmet veren platform ***Digiturk****'tür. Sahibi Çukurova Holding'dir. 2000 yılında İstanbul'a Eutelsat 7A ve TÜRKSAT uydularından yayınlarını yapmaktadır. Toplam kanal sayısı 250'ün üzerindedir.*

Diğer dijital platform ***D- Smart****'tır, sahibi Doğan TV Holding'dir. 2007 yılında İstanbul'da faaliyete başlamıştır.*

Türkiye'de yayın yapan kanalların önemli bir kısmı ulusal ve bölgesel televizyon kanalları ile yabancı televizyon kanalların bir kısmı her iki platformda da yayın hizmeti vermektedir. Ancak bu kanallardan bir kısmı her iki platformda da yer alırken bir kısmı yalnızca bir dijital platformda yer almaktadır. Kanal sayısı açısından –ilk olmasından ötürü- fazla kanalı olan Digitürk'tür. Digitürk'ün bir diğer önemli yayını da kendisinin düzenlediği, kendisine ait yabancı dizi filimler, çeşitli sinema filmleri, Türk sineması, spor kanalları ve çocuk kanalları ile interaktif yayıncılık yapan kanallarının bulunmasıdır.

Her iki dijital platform da dünyadaki teknik gelişmeler yakından izlemektedir. Digitürk Platformu Digitürk Plus, Digitürk HD, Digitürk IQ / "Dilediğin Yerde" gibi adlar altında televizyon yayınlarını bilgisayar, İnternet, hard disk ve dokunmatik IPad, Iphone, Android telefonlarla birlikte çalışan televizyon yayın hizmetlerini vermektedir.

D-Smart dijital platformu da, HD ve 3D teknolojilerine yatırım yapmış; 2013 yılından beri de "D-Smart Blu" tekniğiyle, İnternet bağlantısı ile bilgisayardan Ipad, Iphone ve diğer Android cihazlardan, canlı yayın yapan kanallara, film, dizi, spor, belgesel gibi güncel içeriklere ulaşılmayı sağlamıştır. Digitürk dijital yayın platformunda olduğu gibi, D-Smart Blu tekniğiyle kullanıcıların yayın akışına bağlı kalmadan istedikleri içerikleri, istedikleri zaman ve istedikleri teknik ortamda izleme olanağını sağlamıştır.

Her iki dijital platform sosyal medyayı kullanarak yayınlarını bu tekniklerle de izleyenlerine duyurmakta ve izlettirmektedir.

Sonuç olarak dijital yayın platformunda hizmet veren Dijitürk ve D-Smart birbirleriyle yarışır şekilde, en son dijital teknolojiyi kampanyalarla izleyicilere ulaştırmaya çalışmaktadırlar. Bu bakımdan yayınladıkları Türk ve yabancı televizyon ve radyo kanalları, platformların izlenme durumuna göre platform tercihlerini yapmaktadırlar. [155]

155 Bilgiler, http://tr.wikipedia.org/wiki/Digiturk , https://www.dsmart.com.tr/kurumsal-hakkimizda ve https://www.dsmart.com.tr/kurumsal sitelerinden derlenmiştir.

17.6 Radyo ve Televizyon Mesleğiyle İlgili Gelişmeler

Günümüz radyo ve televizyon yayıncılığı konusunda en önemli gelişmelerinden biri, hiç kuşku yok ki, radyo ve televizyon mesleğiyle ilgili meslek standartları çalışmalarının başlatılmasıdır. Batılı ülke radyo ve televizyon kurumlarında görülen bu çalışmalar, Türkiye'de başlatılmıştır. Özelikle günümüzde elektronik medyanın son derece etkili olduğu; toplumlara etkisinin en üst düzeyde olduğu zamanımızda, meslek elemanlarının eğitimi son derece önemlidir. Konusunda iyi eğitimli, uzmanlaşmış kişilerin çalıştırılması, bu kişileri çalıştıran kurum ve kuruluşlar kadar toplum açısından önemli bir konudur.

Türk yayıncılık eğitimi tarihi içerisinde bakıldığında radyo ve televizyon yayınları ile ilgili her türlü konuda örgün eğitim kurumlarıyla, kısa süreli kurslar düzenleyen kurum ve kuruluşlar yıllardan beri vardır.[156]

Türkiye'de radyo ve televizyon mesleğiyle ilgili önemli bir gelişme, radyo ve televizyon mesleğinin çeşitli alanlarla ilgili "meslek standartlarının geliştirilmesi projesidir. Türkiye "Mesleki Yeterlilik Kurumu"(MYK)'nun faaliyete geçmesiyle başlayan bu süreç, pek çok meslekte olduğu gibi radyo ve televizyon yayıncılığı konusunda da çalışmalara başlamıştır. Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği (RATEM)'in, Mesleki Yeterlilik Kurumu (MKY) ile işbirliği içinde "Sayısal Yayıncılıkta Teknik Eğitim Sınav Merkezlerinin Kurulması Projesi"ni başlatmıştır. Projenin amacı; sayısal yayıncılığa geçişteki süreçte sektördeki meslek standartlarının belirlenmesi ve bu mesleklere yönelik sınav merkezlerinin oluşturularak sektördeki insan kaynağının sertifikalandırılmasının sağlanmasıdır".[157]

RATEM tarafından 2012 yılında yürütülmeye başlanan bu proje çerçevesinde öncelikle *"TV Program Yönetmeni", "TV Program Yönetmen Yardımcısı", "Program Yapımcısı (Televizyon ve Radyo)", "Program Yapım Yardımcısı" (Televizyon ve Radyo),"Kurgu Yönetmeni"* olarak 7 farklı alanda meslek standardı oluşturulmuştur.[158] Daha sonra RATEM tarafından oluşturulan 5 ayrı çalışma birimi bu

156 Mesleki eğitim veren kurumlar, örgün eğitim olarak ara eleman yetiştiren meslek liseleri ile yapımcı, yönetmen ve kısım teknik eleman yetiştiren üniversitelerin iletişim fakülteleri ile mühendislik fakültelerinin 2 ve 4 yıllık eğitim veren bölümleri sıralanabilir. Bu konuda ilk eğitim Ankara Ünivesitesi İletişim Fakültesi –o zamanki adıyla- Basın Yayın Yüksekokuludur. Kısa dönemli meslek eğitimleri ise bu konuda yıllardanberi TRT ve özel kuruluşlar tarafından kısa süreli kurslar şeklinde verilmektedir.

157 Geniş bilgi için bkz. http://www.meyeser.org/index.html

158 RATEM'in, Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) ile işbirliği içinde, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilen Sayısal Yayıncılıkta Teknik Eğitim Sınav Merkezlerinin Kurulması Projesi kapsamında hazırladığı yedi taslak meslek standardı Resmi Gazetenin 15.09.2012 tarih ve

standartlara uygun mesleki yeterlikleri; çıktıları, başarım ölçütlerini ve yeterlilikleri hazırlamışlardır.

Bu çalışma, sayısal yayıncılığa geçmekte olan Türk radyo ve televizyon yayıncılığı açısında olumlu bir gelişmedir. Bu tür eğitim çalışmalarının, bu alanda çalışacakların kalitesini yükseltmesi, güncel teknolojiyle ve program yapımıyla ilgili gelişmeleri izlemelerini sağlayacağı ve tüm sınav merkezlerinden alınacak sertifikalarla var olan meslek elemanlarının bir anlamda hizmet içi eğitimini de sağlayacağından önemli projelerdendir.[159] Bir diğer söyleyişle, yayıncılık mesleğine kalite getireceği; mesleğini usta-çırak ilişkisinden ileriye götüremeyen alaylı meslek çalışanları için geliştirici, katkı sağlayıcı eğitim olacağı açıktır. Böylece, 1990'lı yıllarda gelişigüzel başlayan ve zamanla yozlaşan, meslek etiğinden uzak yayıncılık anlayışının, yaratıcılığı engellemeden, sona ermesi ya da en azından azalması beklenebilir.

28412 sayılı Mükerrer sayısında "Ulusal Meslek Standardı" başlığı altında yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Standartların tümüyle ilgili bilgi için bkz. http://www.ratem.org/web/default.html (MEYESER-MESLEKİ YETERLİLİK).

159 RATEM'in bu konuyla ilgili bir diğer projesi "RATEM AKADEMİ" için bkz. http://www.ratemakademi.org.tr/

EK: 1

KAYNAKÇA

Abadan, Nermin (1965). "Türkiye'nin Üç Büyük Şehrinde Radyo ile İlgili Halkoyu Yoklaması", *SBF Dergisi*, SBF Yayınları, C. 19, Sayı: 3-4, s. 71-101.

Agee, Warren K., Phillip H. Ault, Edwin Emery (1997). *Introduction to Mass Communications*, New York: Longman (12. ed.).

Akarcalı, Sezer (1997). *Türkiye'de Kamusal Alandan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci*, Ankara: Punto Matbaacılık.

Akarcalı, Sezer (1989). *Propaganda Aracı Olarak Uluslararası Yayınlar,* Ankara: AÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü (basılmamış doktora tezi).

Aksoy, Asu (1994). "Olgunluğunu Arayan Televizyon", *Görüş*, Eylül.

Aksoy, Muammer (1960). *Partizan Radyo*, Ankara: Forum Yayınları.

The American Peoples Encylopedia (1968). USA: Vol., 18, s. 39-43.

Atkins, Charles K. - Muray, John P. - Nayman, Oğuz B. (ed.) (1971). *Television and Social Behaviour (An Annotated Bibliography of Research Focusing on TV's Impact)*, USA: National Institute of Mental Health, No. 2099.

Avşar, Zakir (2005). *Dünyada ve Türkiye'de Sayısal Yayıncılık*, Yeditepe Üniversitesine sunulan konferans notları.

Avşar, Zakir, Vedat Demir (2005). *Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim*, Ankara: Pramit Yayıncılık.

Avşar, Zakir - Gürsel Öngören (2003). *Radyo ve Televizyon Hukuku*, Ankara. Radyo Televizyon Üst kurulu Yayını.

Aziz, Aysel (2012). *İletişime Giriş*, İstanbul: Hiperlink Yayınları: 17

___ (2006). "Dünyada ve Türkiye'de İletişim Araştırmaları, Kültür ve İletişim", *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Vakfı Mezunları*, Ankara: No:9/1, Kış.

___ (2012) *Siyasal İletişim*, Ankara: Nobel Yayıncılık (gen. 3. basım).

___ (2012). *Radyo Yayıncılığı*, Ankara: Nobel Yayıncılık (gen. 4. basım).

___ (2011). *Araştırma Yöntemleri - Teknikleri ve İletişim*, Ankara: Nobel Yayıncılık (gen. 6. basım)

___ (1999). *Türk Televizyonculuğunun 30 yılı* (1968 -1998), Ankara: TRT Basılı Yayınlar Müdürlüğü.

___ (yay. haz.) (1995). *Radyo ve Televizyon... Yasal Düzenlemeler*, Ankara: AÜ İletişim Fakültesi Basın Yayın Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları No:1

___ (1994). "TRT - Siyasal Yapı İlişkisi", *A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık, 1994*, Ankara: A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.

___ (1994). "3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluşları ve Yayınları Hakkındaki Kanun", *İletişim Fakültesi Yıllık 1994*, Ankara: AÜ İletişim Fakültesi Yayınları, No:2, AÜ. İletişim Fakültesi Basımevi.

___ (1988). "Kitle İletişiminde İçerik Çözümlemesi", *AÜ Basın Yayın Yüksekokulu Yıllığı, 1986-1987*, Ankara: AÜ Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi.

___ (1986). *"BBC İzleyici Araştırmaları"*, *AÜ Basın Yayın Yüksekokulu Yıllığı 1985*, Ankara: AÜ Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi.

___ (1985). "Şiddet - Terör ve Kitle İletişim Araçları", *Birleşmiş Milletler Türk Derneği 1984 Yıllığı*, Ankara: Birleşmiş Milletler Türk Derneği Yayınları, No: 10.

___ (1984). "2954 Sayılı Türkiye Radyo - Televizyon Yasası", *TODAİE Dergisi*, Ankara: Türkiye Orta Amme İdaresi, Cilt, 17, Sayı: l.

___ (1982). *Toplumsallaşma ve Kitlesel İletişim*, Ankara: AÜ Basın Yüksekokulu Yayınları.

___ (1980). "Televizyonun Kırsal Kesim Toplumsallaşmasına Etkisi", *TODAİE Dergisi,* Ankara: TODAİE Yayınları Cilt, 13, Sayı: 3.

___ (1975). *Televizyonun Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi*, Ankara: TODAİE Yayınları, No: 148.

___ (1973). "Yeni TRT Yasası", *AÜ SBF Dergisi,* Ankara: Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi, Cilt XXVII, No: 4.

___ (1979) "Kadınların TRT Radyolarından Yararlanmaları", *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık, 1977-1978*, Ankara: s. 35-58.

___ (1979). “Kadın Eğitiminde Televizyondan Yararlanma”, SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık, Ankara: Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi.

___ (1977). “Türkiye’de Radyo-Televizyon İle Eğitim Uygulamaları”, *Eğitim ve Bilim*, Cilt: 1, sayı: 6, Nisan, Cilt: 2, Sayı:7.

___ (1977). *“Televizyon İle Doğrudan Eğitim”, Eğitim ve Bilim*, Cilt: 2, Sayı: 8, Temmuz, 1977 ve Cilt: 2, Sayı: 9, Eylül, 1977.

___ (1977). “Radyo ve Televizyon İzleyici Araştırmaları”, *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık, 1974-1976*, Ankara: Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi.

___ (1976). *Radyo ve Televizyonda Eğitim,* Ankara: AÜ Eğitim Fakültesi 10. Yayınları, No: 2, s. 357-374.

___ (1973). “Yeni TRT Yasası”, *AÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt: XXVI No : 4, Ankara.

___ (1973).”Görsel ve İşitsel Araçların Çocuk ve Gençliğe Etkisi*”*, *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllığı 1972*, Ankara.

___ (1972), “Yurdumuzda TRT Dışındaki Yayın Durumu”*, SBF. Dergisi*, Ankara: Cilt: No: XXVI.

___ (1968). *Radyo ve Köy Yayınları*, Ankara: TRT Merkez Programı Dairesi Yayınları, No:11 (Çoğ.).

Barner, Lucien - Lebesque (1972). *Dünyada Televizyon*, İstanbul: Yelken Matbaası 1.

Başaran, Funda- Haluk Geray (der.) (2005). *İletişim Ağlarının Ekonomisi”*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Belson, William A. (1967). *The Impact of Television (Methods and Findings in Program Research)*, London: Archon Books.

___ (1958). “The Effects of Television on Cinema Going”, *Audio – Visual Communication Review*, London: Vol. 6, No. 2.

____ (1961). *The Mass Research*, Sidney: Market Research Society of Austria.

Başal, Bilgen (1998). Medya Planlaması, İstanbul: Çantay Kitabevi.

Briggs, Adam, Paul Cobley (1998). *The Media: An Introduction*, China: Addison Wesley Logman Limited.

Briggs, Asa (1961). *The Birth of Broadcasting (The History of Broadcasting in The United Kingdom)*, Great Britain: Oxford University Press.

Briggs, Asa, Peter Burke (2002). *A Social History of the Media*, Malden: Polity Press.

Bogart, Leo (1958). *The Age of Television*, London: Rosby Wochwood and Son Ltd.

Buckalew, James K.- K. Tim Wulfemeyer (2000). *Mass Media in New Millenium; Structures, Functions, Issues & Ethics*, Iowa: Kendall / Hunt Publishing Company.

Burnet, Mary (1971). *The Mass Media in a Violent World*, Paris: UNESCO, No. 63.

Cable TV. Sourcebook, National Cable Television, No. 42, 1972.

Casty, Alan, (1972). Mass Media and Mass Man, USA: Harpers,

Cazeneuve, Jean (1967). *Radyo ve Televizyon Sosyolojisi* (çev.), Ankara: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Haber ve Yayın Hizmetleri Müdürlüğü (çoğ.).

Cooding, George A. (1969). La Radiodiffusion Dans La Monde, Paris: UNESCO.

Çaplı, Bülent (2005). "Avrupa'da Televizyon Düzenleme, Politikalar ve Bağımsızlık, Türkiye", *Avrupa'da Televizyon Düzenleme, Politikalar ve Bağımsızlık Türkiye İzleme Raporu*, Ankara: Open Society Institute, EU Monitoring and Advocacy Program (EUMAP) Network Media Program (NMP), s. 193-259.

Çaplı, Bülent (1994). "Turkey", *Television and the Viewer Interest* (ed. Jeremy Mitchell and Jay Blumler). London: European Institute for the Media Monograph 18, John Libbey Company Ltd.

Çelenk, Sevilay (2005). *Televizyon Temsil Kültür (90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri)*, Ankara: Ütopya yayınları.

Dinç, Ayhan, Özden Cankaya, Nail Ekici (2000). *İstanbul Radyosu Anılar, Yaşantılar*, İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.

DPT (1988). *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Plânı, Radyo Televizyon ve Haber Hizmetleri Özel İhtisas Alt Komisyonu Raporu*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.

___ (1984). *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Plânı, 1985-1989*. Ankara: Devlet Plânlama Teşkilatı.

___ (1978). *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Plânı 1979-1983*. Ankara: Devlet Plânlama Teşkilatı.

___ (1973). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Plânı, Özel İhtisas Komisyon Raporu Ankara: Başbakanlık Devlet Plânlama Teşkilatı, Yayın No : DPT 1272.

EBU (1985*). Union Europeenne de Radiodiffusion*, Geneve: Roto – Sadag.

Emer Y, Walter, B. (1969). *National and International Systems of Broadcasting: Their History, Operations and Control*, Michigan: East Lancing, Michigan University Press.

Encylopedia Britanica (1969). London: Vol., 21.

Demiralp, Ünlen (1984), *Kablolu Televizyon (Gelişimi; Teknolojisi, Ekonomisi*), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Basılmamış Yüksek lisans tezi).

Durmaz, Ahmet (1999). *Dijital Televizyonun Temelleri*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık Bilimleri Araştırma Vakfı Yayınları No: 148.

Encylopedia Britannica (1969). Vol. 21, s. 794-812.

Ertuğ, Hasan Refik (1974) , *Radyo İşletmeciliği ve Meseleleri*. İstanbul: İÜ İktisat Fakültesi, No: 54, Gazetecilik Enstitüsü Yayınları.

Esen, Selim (1974). *EBU/UEB Avrupa Yayın Birliği*, Ankara: TRT Haber Merkezi Yayınları (çoğaltma).

Fowler, Floyd, J. (1986). *Survey Research Methods*, London: Beverly Hills, Sage Publications

Gazi, Angeliki et.al (ed.) (2011). *Radio Content in the Digital Age*, Bristol, UK, Intellect.

Geray, Cevat (1977). *Halk Eğitimine Giriş*, Ankara: AÜ Eğitim Fakültesi Yayınları, (2. Basım).

Geray, Cevat (1971). "Toplamsal ve Eğitsel Açıdan Türkiye'de Radyo Ve Televizyon Amaç, İlke ve Öncelikleri Üzerine bir Deneme", *Eğitim Fakültesi Dergisi*, London: Cilt: 4, Sayı: 1-4,

___ (1971), "Halkı Eğitici Yayınların Planlanması ve Radyo Bölgelerine göre Türkiye'nin Toplumsal Özellikleri", *TODAİE Dergisi*, Cilt: 4, S: 4 Aralık.

Gorham, Maurice (1952). *Broadcasting and Telecast Since 1900*, London: Andrews Asher Dtmt,

Groombridge, Brian (1972). *Television and the People*, Great Britain: Penguin Education Specialist,

Gölcüklü, Feyyaz (1970). *Haberleşme Hukuku-Basın -Radyo-TV.*, Ankara: SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yayınları No:1.

Gözübüyük, Şeref, "Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu", *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt: XXIV, No:1.

Halloran, James (1975). *Televizyonun Etkileri* (çev: Ayseli Usluata), İstanbul: İstanbul Reklâm Yayınları.

Halloran, James (1970). (Ed.), *The Effects of Televison*", London: Panter Modern Society.

Hancook, Alan(1977). "Broadcasting and National Development (A Case for Comparative Planning)", *EBI*, Vol., No: 4.

Hilliard, Robert (1969). *Understanding Television*, USA: A Communication Book, Hasting House.

Hopkins, John (1980). "The Media in China", *EBI*, June.

Hopkins, Mark (1970). *Mass Media in Soviet Union,* New York: Pegasus.

Hyde, Stuart W. (1975). *Radyo ve Televizyon Görüşme Tekniği*, (Çev. Faruk Kalkan). Ankara: TRT Basılı Yayınlar ve Kitaplık Müdürlüğü, No: 68.

1TV, *Made to Measure (t.y.). (A Description of Tam its Operation and it's Service)*(broşür).

İlal, Ersan (1972). *Radyo Hürriyeti, Özerkliği ve 1961 Anayasası*, İstanbul: İÜ Hukuk Fakültesi Yayınları, No: 389.

Inceoğlu, Metin 1979. "İdeolojik Bir Aygıt Olarak Televizyon", *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık, 1977-1978*, Ankara.

İpekçi, İsmail Cem (1976). *TRT'de 500 Gün*, İstanbul: Gelişim Yayınları.

Işık, Metin (2004) (der.). Medyada Yeni Yaklaşımlar, Konya: Eğitim Kitabevi.

Jensen, Klaus B. (2002) (ed.). A Handbook of Media and Communication Research, London: Routledge.

Kaya, Raşit (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*, Ankara: Teori Yayınları, Verso A.Ş.

Karataş, Şaban (1978). *TRT Kavgası*, İstanbul: Emek Matbaacılık.

Karavit, Mehmet (1986). *Günümüz Radyo Yayıncılığı*, Ankara: TRT Radyo Dairesi Başkanlığı, Basılı Yayınlar No: 184.

Kılıçbay, Ahmet (1977). *Türkiye'de Siyah-Beyaz Televizyon Yayınından Renkli Yayına Geçiş Konusu Üzerinde Sosyo-Ekonomik Bir Araştırma*, Ankara: TRT Basılı Yayınlar ve Kitaplık Müdürlüğü, No : 85.

Klapper, Joseph T. (1960). *The Effects of Mass Communicatlon*, Illinois: The Free Press of Glencoe.

Kocabaşoğlu, Uygur (1980). *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna (TRT Öncesi Dönemde Radyonun Tarihsel Gelişimi ve Türk Siyasal Hayatı İçerisindeki Yeri*. Ankara: SBF Yayınları, No: 442.

___ (1979). *"Türkiye'de Radyo Yayınlarının Başlama Tarihine ilişkin bir not"*, SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık, 1977-1878, Ankara:

___ (1974). "Toplum Kalkınması Açısından TRT Televizyonunda Köy Yayınları", *SBF Basın Ve Yayın Yüksekokulu Yıllık 1973,* Ankara,

Köksal, Ülker (1971). *TRT Kurumunun Ekonomik, Kültür Toplumsal Kalkınmasındaki Rolü*, Ankara: TRT.

Kuyucu, Michael (2012). *Türkiye'de Medya Ekonomisi*, İstanbul: Esen Kitap.

Lowery, Shearon - De Fleur, Melvin L. (1983). *Milestones in Mass Communication Research - Media Effects*, New York: Longman.

Lull, James (2001). *Medya İletişim Kült*ür (çev. Nazife Güngör), Ankara: Vadi Yayınları.

Mc Bride, Sean (et.al.) (1980). *Many -Voices One World (Communication and Society Today and Tomorrow)*, Paris: Kogan Page, UNESCO. Eserin Türkçe çevirisi Sean Mac Bride (1993), *Bir Çok Ses Tek Bir Dünya*, (çev, Ertuğrul Özkök vd.) Ankara: UNESCO Milli Komisyonu.

Mc Luhan, Marshall (1971). *Understanding Media*, London: Sphere Book Ltd.

Mc Luhan, Marshall, Quentin Fiore (1967). *The Medium is the Massage*, Great Britain: A. Penguin Book.

Mc Nair, Brian (2011). *An Introduction to Political Communication,* London; Routhledge Publication.

Mc Quail, Denis (ed.), (1971). *Sociology of Mass Communication*, England: Penguin Modern Sociology Reading.

___ (1972). *Towards a Sociology of Mass Communication*, London: Collier – Mac Millian Publishers.

Melon - Martinez, Enrique (1970). *La Television*, Belge: Mabaut Université.

Merrril, John C., John Lee, Edward J. Friedlander (1994). *Modern Mass Media*, USA: Harper Collins College Publisher (2. ed.).

Mitchel, Jeremy and Jay Blumler (Ed.) (1994). *Television and the Viewer Interest,* London: The European Institute for the Media, John Libbey and Company Ltd.

Morley, David (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*, London: Routledge.

Mowlana, Hamid (1985). *International Flow of Information*, Paris: UNESCO, No: 99.

Mutlu, Erol (1999). *Televizyon ve Toplum*, Ankara: TRT Basılı Yayınlar Müdürlüğü.

___ (1994). *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Ark Yayınevi.

___ (1991). *Televizyonu Anlamak*, Ankara: Gündoğan Yayınları.

___ (1981). "Televizyon ile İletişimin Denetlenmesi", *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık 1979*, Ankara: AÜ SBF Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.

___ (1979). "Haberciliğe Genel Bir Bakış", *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık, 1977-1978*, Ankara: AÜ SBF Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.

NAB (1971). *A Broadcast Research Primer*, Washington.

NHK (1983). "*Status of the Asian Broadcasting Union (ABU)*, Tokyo.

Open Society Institute (2005). *Avrupa'da Televizyon Düzenleme, Politikalar ve Bağımsızlık - Türkiye İzleme Raporu*, Ankara: EU Monitoring and Advocacy Program (EUMAP) Network Media Program (NMP).

Oskay, Ünsal (1971). *Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon (Geri Bırakılmışlık Açısından Olanak ve Sınırlar)*, Ankara: AÜ SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yayınları No: 2.

Oyal, Erkan (1977). "Televizyonda Tecimsel Yayın (Reklâm) ve Türkiye Uygulaması", *S.B.F Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık, 1974-1976*, Ankara.

Öngören, Mahmut T. (1977). "Ankara Televizyonu 1968", *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık 1974-1978,* Ankara.

___ (1975). "Renkli Televizyon", *TMMOB Elektrik Mühendisliği Yayın Organı*, Sayı: 267, Ocak.

___ (1974). "Kitle Haberleşme Araçları ile Eğitim Plânı İçerisinde Radyo ve Televizyonun Yeri", *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık 1973,* Ankara.

___(1973). *Televizyon Klavuzu*, İstanbul: Milliyet Yayınları.

___ (1971). *Televizyona Açılan Pencere*, Ankara: Ankara Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Özakgün, Kaya (1995). *Yaygın Çiftçi Eğitimi Projesi: Kullanımlar ve Doyumlar Açısından bir Alan Çalışması*, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (basılmamış doktora tezi).

Özakman, Turgut (1970). *Radyo Notları*, Ankara: TRT Basılı Yayınlar Müdürlüğü.

Özgen, Mesut (1986). *Kırsal Kalkınmada Radyodan Yararlanma (Çorum-Çankırı Örneği)*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Yayın No: 71.

Özsever, Atilla (2005). *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci*, İstanbul: İmge Kitabevi.

Pekman, Cem (1997). *Televizyonda Özelleşme; Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci*, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.

Peterson, Paul - Ernst Becher - Andre Garvais (1970). *Turkey, A Plan for the Development of Television* (mim.)

Philips-Grogan-Ryan (1954). An Introduction to Radio and Televisİon, New York.

Power Group Medya Center (2003). Power Group Radyo Araştırma Sonuçları, İstanbul.

Reinsch,J. Leonard - Elmo I. Ellis (1960). *Radio Station Management*, New York. Harpers and Brothers.

Rivers, William - Wilbur Schramm (1963), *The Responsibility in Mass Communication*, New York: Harpers and Row.

RTÜK (2004). *Reklamların İzleyiciler Üzerindeki Etkileri* - Panel, Ankara: Radyo Televizyon Üst Kurulu Yayını, Yayın No.10.

___ (2002). "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'da Değişiklik Yapıldı"*, RTÜK İletişim,* Ankara: Mayıs-Haziran, Yıl: 5, Sayı: 29.

___ (2002). *Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun,* Ankara: Radyo Televizyon Üst Kurulu Yayını Yayını

___ (1999). "RTÜK ve Benzeri Düzenleyici Kuruluşlar", RTÜK *İletişim Dergisi,* Ankara: Mart-Nisan Sayı: 10.

___ (1996). "*Radyo ve Televizyon ile ilgili Düzenleyici Kuruluşlar* (Rapor) Ankara: (der. Bige Keşmir- Özlem Akalın) (çoğ.).

Ruesch, Jurgen - Weldon Kees (1966). *Non Verbal Communication*, Los Angeles: Un. of California Press.

Schramm, Wilbur (1954). *Mass Media and Education*, USA: NSSE Yearbook,

___ (1958), .”Effects of Mass Communication”, (ed.), Nelson B. Henry, *Mass Media and Mass Communication*, USA: National Society for the Study of Education.

___ (1965). *Mass Media and National Development*, California: Stanford Univ. Press.

Schramm, Wilbur - Janet Alexander (1973). “Broadcasting”, *Handbook of Communication*, Chicago: Rand Mc Nally College Publishing Comp.

Siepmann, Charles (1957). *Radio, Television and Society*, New York: Oxford University Press.

Skornia, Harry J. (1965). *Television and Society*, USA: Mc Graw - Hill Book Company.

Steiner, Gary (1963). *The People Look at the Television*, New York: Knoff.

Stevenson, Nick (1997). *Understanding Media Cultures (Social Theory and Mass Communication)*, London: Sage Publication.

Summers, Robert, E. - Harrison Summers (1968). *Broadcastlng and the Public*, California: Wadsworth Pub. Co.

Swallow, Norman (1975). *Televizyonun Gerçek Gücü* (çev. Ayseli Usluata), İstanbul: İstanbul Reklâm Yayınları.

Şener, Erman (1984). *Televizyon-Vidoe*, İstanbul: İmge Yayıncılık.

Şenyapılı, Önder, Aysel Aziz, İnci Gürel (1976). *Televizyonun Türk Toplumuna Etkileri*. İstanbul: Milliyet Yayınları Karacan Armağanı Yarışması.

Tamer, Kezban (1984). *“Televizyonun Özellikleri ve Eğitim Televizyonu”,* Eskişehir: AÜ Açık Öğretim Fakültesi.

Taşer, Cengiz (1969). *Radyonun Organizasyonu ve Özerkliği*, Ankara: TRT Basılı Yayınlar Müdürlüğü.

Tartanoğlu, Ali (1993). *Yerel Yönetimler ve Radyo Yayıncılığı*, Ankara: Belva A.Ş.

Tekinalp, Şermin (2003). *Camera Obscura’dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon,* İstanbul: Der Yayınları No: 356.

Tikveş, Özkan (1970). *Türkiye Radyo Televizyon Kurumunun Ekonomik, Kültürel ve Toplumsal Kalkınmadaki Rolünü Sınırlayan Etkenler*, İstanbul: (Çoğaltma).

Tokgöz, Oya (1980). “Televizyon Reklamları ve Çocuklar”, *SBF Dergisi*, Ankara: Cilt: XXXIV, No: 1-4.

___ (1979). *Siyasal Haberleşme ve Kadın (1973 Genel Seçiminde Ankara'nın Çankaya İlçesinde Yapılan Alan Araştırması)*, Ankara: SBF Yayını No: 429.

___ (1978). "Türkiye'de Kitle Haberleşme Araçları ve Çocuklar", *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık 1977-1978*, Ankara: AÜ SBF Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.

___ (1977). "Siyasal Haberleşme ve TRT'nin Rolü", *SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu Yıllık, 1974-1976,* Ankara: AÜ SBF Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.

___ (1972). *Türkiye ve Orta Doğu Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri (mukayeseli bir araştırma)*, Ankara: SBF Yayınları, No: 343.

Topuz, Hıfzı (1989). (der.) *Basında Tekelleşmeler*, İstanbul: İLAD (İletişim Araştırmaları Derneği) Mozaik Basın ve Yayıncılık.

TRT (2005). *Genel Yayın Planı 2006*, Ankara, Genel Sekreterlik.

___ (2003). *Televizyon Yayınları Kamuoyu Araştırması*, Ankara: Yayın Planlama Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı.

___ (2001). *Genel Yayın Planı 2002*, Ankara: Genel Sekreterlik.

___ (2001). *1997 – 2001 "Yeni Ufuklar"*, Ankara: TRT Basım ve Yayın Müdürlüğü.

___(1998). *30. Yılında Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı*, Ankara: TRT Genel Sekreterlik.

___ (1995). *1995 Yılı Genel Yayın Planı*, Ankara: Genel Sekreterlik Basılı Yayınlar ve Kitaplık Müdürlüğü Yayınları, No: 118.

___ (1990). *Dünden Bugüne Radyo – Televizyon 1927-1990*, Ankara: Ajans Türk Matbaacılık Sanayii A.Ş.

___ (1987). *Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu*, Ankara: TRT Basılı Yayınlar Müdürlüğü Yayınları, Yayın No: 183.

___ (1987). *Televizyon 2. Program Yayınları Kamuoyu Araştırması* (Ocak-Şubat 1987), Ankara: TRT, Basılı Yayınlar Müdürlüğü Yayınları, Yayın No: 186.

___ (1987). *Televizyon 2. Program ve Sabah Yayınları Kamuoyu Araştırması*, Ankara: TRT Basılı Yayınlar Müdürlüğü Yayınları, Yayın No:185.

___ (1987). *Radyo ve Televizyon Programları Kamuoyu Araştırması* (Nisan, 1987), Ankara: TRT Basılı Yayınlar Müdürlüğü Yayınları, Yayın No: 187.

___ (1985). *TRT Türkiye Radyo ve Televizyon Programları Kamuoyu Araştırması*, Ankara: TRT Basılı Yayınlar Müdürlüğü Yayınları, Yayın No: 170.

___ (1984). *Radyo ve Televizyon Programları Kamuoyu Araştırması*, Ankara: Basılı Yayınlar Müdürlüğü Yayınları, Yayın No: 171.

___ (1977). *Ankara İli TV. Seyircileri Araştırması Genel Sonuçları*, Ankara: Halk ve Basınla İlişkiler ve Protokol Müdürlüğü Yayınları:1.

___ (1977). *TRT Ankara İli Radyo Dinleyicileri Araştırması Ayrıntılı Sonuçları*, Ankara: Halk ve Basınla İlişkiler ve Protokol Müdürlüğü Yayınları, No: 2.

Tuğrul, Semih (1975). *Türkiye'de Televizyon ve Radyo Olayları*, Ankara: Koza Yayınları, İlgi Dizisi, 2.

Turkish Radio Administration (t.y.). *35 Years of Broadcasting in Turkey, 1927-1962*. Ankara: Ministry of Information, Broadcasting and Tourism.

Türk Telekom (2004) Satellite Communications in Türkiye, Türksat, Ankara (broşür).

UNESCO (1993). *Statistical Yearbook*, Paris.

___ (1991). *Statistical Yearbook*, Paris.

___ (1987). *Statistical Reports and Studies*, Paris.

___(1987). *The Latiest Statistics on Radio and Television Broadcasting*, Paris.

___ (1983). *Social Education Through Television*. Paris: No: 38.

___ (1980). *Statistical Yearbook 1978-1979*, Paris.

___ (1973*). Statitiscal Yearbook 1972*, Paris.

___ (1972). *Radio and Television in Literacy*, Paris: No. 1.

___ (1968). *Information A Travers Le Monde*, Paris.

___(1967). *Radio and Television in the Service of Education and Development in Asia*, Paris: No. 49.

___ (1967). *Television and Social Education of Women,* Paris: No. 50.

___ (1965). *Radio Broadcasting Serves Rural Development*, Paris: No. 48.

___ (1964). *The Effect of Television on Children and Adolescent*, Paris: No. 43.

___ (1972) *Television Traffic - A One Way Street?*, Paris: No. 70.

Usluata, Ayseli, John Rosenbaum (ed.) (2005). Shaping the Future of Communication Research in Europe, İstanbul: Yeditepe Publication.

Webster, James G.- Patricia F. Phalen - Lawrence W. Lichty (2000). *Ratings Analysis, The Theory and Practice of Audience Research*, London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers (2nd. ed.).

Wilby, Pete and Andy Conroy (1994). *The Radio Handbook*, London: Routledge.

Williams, Raymond (1974). *Communications*, Great Britain: A Pelican Book.

___ (1974). *Television: Technology and Culture Form*, Great Britain: Fontana/ Collins.

Wilson, Stan le Roy (1995). *Mass Media and Mass Culture*, New York: McGraw Hill Inc. (3rd. edition)

Wright, Charles (1959). *Mass Communication* (Social Perspective), Los Angeles: Uni. of California, Random House.

WRTH (2006). *World Radio TV Handbook WRTH 2006*, Great Britain: WRTH Publications Limited (60 th Anniversary ed.).

World Radio and Television Handbook (1972-1975). England: Petragon Press.

Yazıcı, Ali Nihat (1999). *Kamu Yayın Kurumları ve Yeniden Yapılanma*, Ankara TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları, Genel Sekreterlik Basım ve Yayım Müdürlüğü.

Yumlu, Konca (1990). *Kitle İletişim Araştırmaları*, İzmir: Neşa Yayıncılık.

WEB SİTELERİ[160]:

http://www.ebu.org/membership.

http://tr.wikipedia.org/wiki/Levant)

http://www.abu.org

http://www.ag.com.it www.agbanadolu.com.tr (AGB Anadolu için)

http://www.agb.com (AGB uluslararası)

http://www.asbu.org

http://www.ebu.org.

http://www.csa.gov.fr

http://www.chip.com.tr/makale/uydu-mu-digiturk-mu-sonuc-olarak_3406_6.html

http://www.digiturk.com.tr/

https://www.dsmart.com.tr/kurumsal-hakkimizda

http://www.ofcom.gov.uk.

http://www. piratestation.com

160 Web siteleri 2013 yılında gözden geçirilmiştir.

http://www.radyotrt.com/
http://www.ratem.org.tr
http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler
http://www.riak.org.tr
http://www.rtuk.gov.tr
http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/ıcerikgoster.aspx?icerik
http://www.rtuk.org.tr/upload/File/SKAAS_TR_rev.pdf
http://www.thefreedictionary.com/television+receiver
http://www.trthd.net.tr/yayin-akisi
http://www.trt.net.tr/trtavaz/
http://www.trt.net.tr/televizyon/
http://www.trt.gov.tr
http://www.urntna.org.
http://www.uydunetburada.com/kablotv_kanal_listesi.html
http://tr.wikipedia.org/wiki/Plazma_ekran
https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrksat_Kablo_TV

RADYO VE TELEVİZYON YAYINLARIYLA İLGİLİ ULUSAL YASALAR VE ULUSLARARASI YÖNERGELER

359 Sayılı ve 31 Aralık 1963 tarihli *"Radyo Televizyon Kurumu Kanunu"*
1568 sayılı ve Şubat 1972 tarihli *"359 sayılı Kanunda değişiklik yapan Kanun"*
2954 sayılı ve 14 Kasım 1983 tarihli *"Türkiye Radyo Televizyon Kanunu"*
3984 sayılı ve 24.4.1994 *tarihli "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun"*
4756 sayılı ve 15.5.2002 tarihli *"Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun"* da değişiklik yapan kanun
5767 sayılı 2954 sayılı TRT Kanununda değişik yapan kanun
6112 sayılı *"Radyo ve Televizyon Yayın Hizmetleri ve Kuruluşları Hakkında Kanun"*
12 Aralık 1993 tarihli *"Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi"*
2005 Nisan tarihli *"Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesinde değişiklik yapan ek sözleşme"*
25 Ekim 2010 tarihli *"Avrupa Birliği Görsel İşitsel Yayın Hizmetleri Yönergesi"*

EK: 2

ULUSLARARASI YAYIN ÖRGÜTLERİ SİMGE VE ADLARI

ABU Asia Pasific Broadcasting Union /Asya Pasifik Yayın Birliği

AIBD Asia-Pasific Institute for Broadcasting Development /Asya-Pasifik Yayın Gelişim Enstitüsü

AIR/AB Associacion Inter Americano de le Radiodiffusion /Amerika İçi Yayın Derneği

ASBU Arab States Broadcasting Union /Arap Ülkeleri Yayın Birliği

CBA Commonwealth Broadcasting Association / Britanya Uluslar Topluluğu Yayın Derneği

CBU Caribbean Broadcasting Union / Karayipler Yayın Birliği

CCIR[161] International Radio Consultative Committee / Uluslararası Radyo Danışma Komitesi

EBU/UER European Broadcasting Union / Union European de Radio Diffusion /Avrupa Yayın Birliği

EUROVISION European Televison /Avrupa Yayın Birliği Televizyonu

EVC Eurovision Center / Avrupa Yayın Birliği Televizyon Merkezi

EVN Eurovision News / Avrupa Yayın Birliği Televizyon Haberleri

IBI International Broadcasting Institute / Uluslararası Yayın Enstitüsü

IFRB[162] International Frequency Registration Board / Uluslararası Frekans Kayıt Kurulu

ISBO Islamic Broadcasting Services Organization / İslam Ülkeleri Yayın Hizmetleri Örgütü

161 ITU'ya bağlı alt komite.

162 ITU’ya bağlı alt kurul.

ITU International Telecommunication Union / Uluslararası Telekomünikas- yon Birliği

LWFOC Lutheran World Federation Office of Communication / Dünya Luther Federasyonu Haberleşme Bürosu

NORDVISION Kuzey Avrupa Ülkeleri Televizyon Birliği

OIRT[163] International Radio and Television Organization (Uluslararası Radyo ve Televizyon Örgütü)

OTI Organization de Television Iboroamericana / Latin Amerika Televizyon Örgütü

UNDA Association Catholique Internationale pour la Radiodiffusion et la Television / Uluslararası Katolik Radyo ve Televizyon Derneği

URTNA Union of National Radio and Televison Organizations of Africa / Afrika Ulusal Radyo ve Televizyon Örgütleri Birliği)

WACC World Association for Christian Communication (Dünya Hıristiyan İletişim Derneği)

163 Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla 1993 yılında dağılmıştır.

EK: 3

TÜRKİYE'DE ÖZEL MEDYA SAHİPLİĞİ (2013)[164]

Doğan Grubu	**TV**	Kanal D - CNN Türk - TNT
	Radyo	Radyo D-Show Türk -CNN Türk Radyo-Radyo Moda[165]
	Gazete	Hürriyet - Milliyet - Posta - Radikal - Fanatik - Referans
		Vatan - Turkish Daily News - 20 Dakika (Bedava Gazete)
	Dergi	Ekonomist - Capital - Atlas - Ev Bahçe - Form Sante
		Hey Girl - Lezzet - Elle - Tempo - PC - Hafta Sonu
		Maison - Auto Show - Evim - Burda - Blue Jean
		Yacht - Güncel Hukuk - İstanbul Life - Seda - Bebeğim
Çalık Grubu (Turkuaz)	**TV**	ATV
	Gazete	Sabah - Takvim - Pas – Fotomaç
	Dergi	Aktüel-Para-Forbes-Bebeğim ve Biz–Sinema - Sofra-Home Art-Şamdan Plus-Global Enerji-Transport–Hukuki Perspektifler
	Dağıtım ve Diğer	Merkez Dağıtım – Sabah Haber Ajansı
	Radyo	Radyo City
ÇUKUROVA GRUBU[166]	**TV**	Show TV- Sky Türk
	Radyo	Alem FM - Lig Radyo
	Gazete	Akşam - Güneş

164 Kaynak: Michael Kuyucu (2012), s. 282-86.

165 Radyo Moda, Spectrum Grubuna satıldı.

166 24 Mayıs 2013 tarihinde TMSF, Maliye Bakanlığı'na vergi borçlarını ödemediği gerekçesiyle Mehmet Emin Karamehmetler'in sahibi olduğu Çukurova Grubunun elinde bulunan Show TV, Sky Türk, Alem FM, Lig Radyo ve diğer basılı yayınlarına da el koydu.

	Dergi	Platin - Maxim - Alem - Four Four Two - AutoCar - Staff - Total Film
	Digital	Digitürk Digital TV Platformu
Ciner Grubu	**TV**	Haber Türk - Bloomberg TV
	Radyo	Haber Türk Radyo - Bloomberg Radyo
	Gazete	Gazete Haber Türk
	Dergi	FHM-Arena-Rolling Stone-OK-Marie Claire- Empire-Super
		PC Magazine - Seventeen - Joy - EGM - Marie Claire - Maison
	İnternet	haberturk.com
Doğuş Grubu	**TV**	NTV - CNBC-e - E2 - NTV Spor - NBA TV- Kral TV-Star TV
	Radyo	NTV Radyo - Radyo Eksen - NTV Spor Radyo - Virgin Radio – N101 - Kral FM - Radyo Voyage –Kral Pop -
	Dergi	National Geographic - National Geographic Kids-CNBC-e Dergi
		CNBC-e Business-F1Racing-Slam-RobbReport - Billboard -Motor
		Boat-Evo
	İnternet	ntvmsnbc.com, ntvspor.net
İhlas Grubu	**TV**	TGRT Haber
	Radyo	TGRT FM
	Gazete	Türkiye
	Dergi	Yemek Zevki-Türkiye Çocuk-Tekstil & Teknik-Ofis & Partner
		Toyuncak-Konfeksiyon Teknik-Home Textile-ExportsTurkey - Automotive Exports -Furniture Exports
	Ajans	İHA
Samanyolu /	**TV**	Samanyolu TV - Samanyolu Haber - Meltem TV
Zaman Grubu	**Gazete**	Zaman Gazetesi - Today’s Zaman
	Dergi	Aksiyon - Yağmur - Sızıntı – Yonca
	Ajans	Cihan Haber Ajansı
	Radyo	Burç FM
Yeni Dünya İletişim	**TV**	Kanal 7 - Ülke TV - Kanal 7 İnt.

	Radyo	Radyo 7 - İstanbul'un Sesi
	İnternet	Haber7.com-rotahaber.com- turnspor.com- newstime7.com
Albayrak Grubu	**TV**	TV Net
	Gazete	Yeni Şafak
Sancak Grubu	**TV**	Kanal 24
Property Int.	**Gazete**	Star Gazetesi
İpek Koza Grubu	**TV**	Kanal Türk - Bugün TV
	Gazete	Bugün Gazetesi
	Radyo	Kanal Türk Radyo
Saran Grubu	**Radyo**	Radyo Tatlıses - Radyo Time - Radyo Pink, İnstyle, Radyo Spor
Vakko Grubu	**TV**	Power Türk TV
	Radyo	Power FM - Power Türk - Power XL - Radyo Fenomen
Karacan Grubu	**TV**	Number One TV - Fashion 1 TV
	Radyo	Number One FM - Radyo Klas
Murdoch	**TV**	Fox TV
Spectrum	**Radyo**	Süper FM - Metro FM - Joy FM - Joy Türk-Radyo Moda
H. Ertekin ve S. Sadi	Businness Channel	
MNG Grubu	TV 8	
Türk Metal Sendikası	Avrasya TV	
Başkent Üniversitesi	Kanal B	
Göktuğ Yayıncılık	Flaş TV	
KTV Yayıncılık	Kanal A - Radyo A	

EK 4:

RADYO VE TELEVİZYONLARIN KURULUŞ VE YAYIN HİZMETLERİ HAKKINDA KANUN[167]

Kanun No: 6112[168]

Kabul Tarihi: 15/2/2011

Yayımlandığı R.G.: Tarih:03/03/2011 Sayı:27863

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam ve Tanımlar

Amaç

MADDE 1 – (1) Bu Kanunun amacı; radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi, ifade ve haber alma özgürlüğünün sağlanması, medya hizmet sağlayıcılarının idarî, malî ve teknik yapıları ve yükümlülükleri ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kuruluşu, teşkilâtı, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin usul ve esasları belirlemektir.

Kapsam

MADDE 2 – (1) Bu Kanun, Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altında, her türlü teknik, usul ve araçlarla ve her ne isim altında olursa olsun elektromanyetik dalgalar veya diğer yollarla yapılan radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleriyle ilgili hususları kapsar. Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altındaki medya hizmet sağlayıcılar, ikinci fıkra gereğince Türkiye'de yerleşik kabul edilenler ile üçüncü fıkra hükümlerine tabi olanlardır.

(2) Bu Kanunun uygulanmasında;

167 Kaynak: RTÜK web sitesi; http//:www.rtuk.gov.tr (mevzuat) (erişim tarihi 31 Mayıs 2013).

168 4/7/2012 tarih ve 6353 sayılı Kanunun 63. maddesi ve 25/042013 sayılı ve 6462 sayılı Kanunun 1. maddesi ile yapılan değişikler eklenmiştir.

a) Medya hizmet sağlayıcı, şirket merkezinin Türkiye'de bulunması ve yayın hizmetlerine ilişkin editoryal kararların Türkiye sınırları içinde alınıyor olması durumunda Türkiye'de yerleşik kabul edilir.

b) Medya hizmet sağlayıcının şirket merkezinin Türkiye'de bulunmasına rağmen, yayın hizmetlerine ilişkin editoryal kararların Avrupa Sınır Ötesi

Televizyon Sözleşmesine taraf başka bir ülkede alınması ya da yayın hizmetlerine ilişkin editoryal kararlar Türkiye'de alınmakla birlikte şirket merkezinin anılan Sözleşmeye taraf başka bir ülkede bulunması durumunda medya hizmet sağlayıcı, yayın hizmeti faaliyetini yürüten işgücünün önemli bir kısmının bulunduğu ülkede yerleşik kabul edilir. Ancak,

1) Yayın hizmeti faaliyetini yürüten işgücü her iki ülkede de bulunmakla birlikte, hangi ülkede daha yoğun olarak çalışıldığının tespit edilemediği durumlarda medya hizmet sağlayıcı, şirket merkezinin bulunduğu ülkede yerleşik kabul edilir.

2) Yayın hizmeti faaliyetini yürüten işgücünün önemli bir kısmının, her iki ülkede de yoğun olarak faaliyet göstermediği durumlarda medya hizmet sağlayıcı, faaliyetine Türkiye'de daha önce başlamış olması ve Türkiye ekonomisi ile istikrarlı ve etkili bir bağlantısının bulunması hâlinde Türkiye'de yerleşik kabul edilir.

c) Bir medya hizmet sağlayıcının şirket merkezi Türkiye'de bulunmakla birlikte, yayın hizmeti faaliyetine ilişkin editoryal kararların Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf olmayan bir ülkede alınması ya da yayın hizmetlerine ilişkin editoryal kararlar Türkiye'de alınmakla birlikte şirket merkezinin anılan Sözleşmeye taraf olmayan üçüncü bir ülkede bulunması durumunda medya hizmet sağlayıcı, yayın hizmeti faaliyetini yürüten işgücünün önemli bir kısmının Türkiye'de bulunması hâlinde Türkiye'de yerleşik kabul edilir.

(3) İkinci fıkra hükümlerinin uygulanamadığı durumlarda;

a) Türkiye sınırları içinde konuşlandırılmış uydu bağlantısını kullanan medya hizmet sağlayıcılar,

b) Türkiye sınırları içinde konuşlandırılmış uydu bağlantısını kullanmamalarına rağmen, Türkiye'ye ait uydular üzerinde kapasite kullanan medya hizmet sağlayıcılar,

Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altında kabul edilir.

Tanımlar

MADDE 3 – (1) Bu Kanunun uygulanmasında;

a) Altyapı işletmecisi: Yayın hizmeti iletim altyapısını işleten kuruluşu,

b) Analog yayın: Analog modülasyon tekniği kullanılarak kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan yapılan yayın hizmetlerini,

c) Avrupa eserleri: Yapımı veya ortak yapımı Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf devletler ve Avrupa Birliğine üye devletlerde yerleşik gerçek veya tüzel kişiler tarafından gerçekleştirilen görsel-işitsel eserleri,

ç) Bağımsız yapımcı: Serbestçe program üretme ve bu programları dağıtma hakkı bulunan, medya hizmet sağlayıcı kuruluşun kayıtlı çalışanı olmayan ve ürettiği programlar üzerinde, medya hizmet sağlayıcı kuruluşa devrettiği sınırlı süre dışında, 5/12/1951 tarihli ve 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında belirtilen haklara sahip gerçek veya tüzel kişileri,

d) Başkan: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanını,

e) Bölgesel yayın: Bir coğrafi bölge içindeki illerin toplam nüfusunun asgari yüzde yetmişine ve Üst Kurulca coğrafi bölge içinde belirlenen illere ulaştırılan yayın hizmetini,

f) Editoryal sorumluluk: Programların içeriği ve seçimi ile radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde bir yayın akış çizelgesi, isteğe bağlı yayın hizmetlerinde ise bir katalog içinde sunulmasına ilişkin düzenleme ve kontrol yetkisine sahip olmayı,

g) Gizli ticarî iletişim: Medya hizmet sağlayıcı tarafından reklam yapmak maksadıyla veya kamuyu yönlendirebilecek şekilde; mal veya hizmet üreticisinin faaliyetinin, ticarî markasının, adının, hizmetinin ve ürününün reklam kuşakları dışında ve reklam yapıldığına ilişkin açıklayıcı bir ses veya görüntü bulunmaksızın programlarda sözcükler veya resimler ile tanıtılmasını,

ğ) İletim: Yayın hizmetlerinin ilk olarak sağlanmasını,

h) İsteğe bağlı yayın hizmeti: Programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve münferit isteği üzerine medya hizmet sağlayıcı tarafından düzenlenmiş bir program kataloğuna bağlı olarak izlendiği veya dinlendiği yayın hizmetini,

ı) Kablo ortamı: Yayın hizmetinin her türlü kablo altyapısı üzerinden abonelere iletildiği ortamı,

i) Karasal ortam: Yayın hizmetinin karasal verici sistemleri vasıtasıyla alıcılara iletildiği ortamı,

j) Koruyucu sembol: Yayın hizmetinin içeriği hakkında izleyicilerin bilgilendirilmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından kullanılan ortak sembolleri,

k) Logo/çağrı işareti: Medya hizmet sağlayıcılarının Üst Kurul ve ilgili kurumlara tescil ettirmek zorunda oldukları hizmet adının veya bu adın harf veya sözcüklerinin blok hâlinde grafik tasvirini veya sesli duyurusunu,

l) Medya hizmet sağlayıcı: Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti içeriğinin seçiminde editoryal sorumluluğu bulunan ve bu hizmetin düzenlenme ve yayınlanma biçimine karar veren tüzel kişiyi,

m) Multipleks: Çok sayıda karasal yayın hizmetinin bir veya birden çok sinyal hâline gelecek şekilde birleştirilmesi yöntemini,

n) Multipleks işletmecisi: Karasal ortamdan sunulacak birden fazla yayın hizmetinin, bir veya birden çok sinyal hâline gelecek şekilde birleştirilerek, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile altyapı işletmecisi veya verici tesis ve işletim şirketi arasında iletimini sağlayan kuruluşu,

o) Multipleks kapasitesi: VHF, UHF veya FM radyo frekans bantlarında, karasal televizyon veya radyo yayınları için kullanılan multipleksin içinden bir sayısal yayının iletimi için ayrılan kapasiteyi,

ö) Önemli olaylar: Toplum için büyük önem taşıdığı kabul edilen ve ülkenin geneline ücretsiz ve şifresiz yayın yapan televizyonlardan canlı olarak veya nesnel nedenlere bağlı olmak kaydıyla banttan yayınlanan, münhasır haklara konu olan spor ve kültür olaylarını,

p) Platform işletmecisi: Çok sayıda yayın hizmetini bir veya birden fazla sinyal hâline getirerek uydu, kablo ve benzeri ortamlardan şifreli ve/veya şifresiz olarak izleyicinin doğrudan alacağı şekilde iletimini sağlayan kuruluşu,

r) Program: Bir medya hizmet sağlayıcı tarafından hazırlanan bir yayın akış çizelgesi veya katalog içinde yer alan bir dizi görsel ve/veya işitsel unsurun oluşturduğu tek bir bütünü,

s) Program destekleme: Yayın hizmetinin sağlanmasıyla veya görsel-işitsel eserlerin üretimiyle bağlantılı olmayan gerçek veya tüzel kişilerin adını, markasını, logosunu, imajını, faaliyetlerini veya ürünlerini tanıtmak amacıyla programlara yönelik yaptığı her türlü katkıyı,

ş) Radyo ve televizyon reklamı: Taşınmazlar, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere mal veya hizmetlerin teminini teşvik etmek, bir amaç veya düşünceyi yaymak veya başka etkileri oluşturmak amacıyla ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle

bağlantılı gerçek ve tüzel kişi tarafından, bir ücret veya benzeri bir karşılıkla yapılan her türlü duyuru veya öz tanıtım yayınını,

t) Radyo yayın hizmeti: Karasal, kablo, uydu ve diğer yayın ortamları üzerinden yapılan ve bireysel iletişim hizmetlerini kapsamayan ses ve veri yayınını,

u) Sayısal yayın: Sayısal kodlama ve modülasyon tekniği kullanılarak kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan yapılan yayın hizmetini,

ü) Tele-alışveriş: Taşınmazlar, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere, mal veya hizmetlerin bir ücret karşılığında temini amacıyla kamuya yönelik doğrudan arz yayınını,

v) Televizyon yayın hizmeti: Programların bir yayın akış çizelgesine dayalı olarak eş zamanlı izlenebilmesi amacıyla bir medya hizmet sağlayıcı tarafından sunulan şifreli veya şifresiz görsel-işitsel yayın hizmetini,

y) Tematik yayın: Günlük yayın süresinin en az yüzde yetmişini haber, belgesel, eğitim, ekonomi, kültür, tarih, spor, müzik, sinema, dizi film, pazarlama veya benzeri konularda olmak üzere sadece belli bir türe veya genel izleyici kitlesi dışında belli bir izleyici kesimini hedef alan programlara ayıran yayını,

z) Ticarî iletişim: Radyo ve televizyon reklamları, program desteklemesi, tele-alışveriş ve ürün yerleştirmeyi de kapsamak üzere, ekonomik bir faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişinin, ürün, hizmet veya imajını, doğrudan veya dolaylı olarak tanıtmak amacıyla tasarlanmış sesli veya sessiz görüntülerin bir ücret veya benzeri bir karşılıkla ya da öz tanıtım amacıyla bir programla birlikte ya da bir program içine yerleştirilerek verilmesini,

aa) Ulusal yayın: Ülke nüfusunun asgarî yüzde yetmişine ve Üst Kurulca belirlenen yerleşim yerlerine karasal ortamdan ulaştırılan yayın hizmetini,

bb) Uydu ortamı: Yayın hizmetinin uydu kapasitesi vasıtasıyla alıcılara iletildiği ortamı,

cc) Ürün yerleştirme: Bir ürün, hizmet veya ticarî markanın, ücret veya benzeri bir karşılıkla program içine dâhil edilerek veya bunlara atıf yapılarak, program içinde gösterildiği her tür ticarî iletişimi,

çç) Üst Kurul: Radyo ve Televizyon Üst Kurulunu,

dd) Verici tesis ve işletim şirketi: Karasal ortamdan yayın yapmak üzere lisans alan medya hizmet sağlayıcılarının yayınlarının karasal verici istasyonlarından iletimini sağlamak için gerekli tesisleri kuran ve işleten kuruluşu,

ee) Yayıncı: Televizyon ve/veya radyo yayın hizmeti veren medya hizmet sağlayıcıyı,

ff) Yayın hizmeti: Medya hizmet sağlayıcının editoryal sorumluluğu altında ve temel amacı kamuoyunu bilgilendirmek, eğlendirmek veya eğitmek üzere elektronik iletişim şebekeleri yoluyla program sunmak olan, bireysel iletişim hariç olmak üzere, televizyon yayın hizmeti, isteğe bağlı yayın hizmeti ve ticarî iletişim ile radyo yayın hizmetini,

gg) Yayın hizmeti iletim altyapısı: Karasal, uydu, kablo ve benzeri ortamlardan yayın hizmetlerinin iletiminde kullanılan sistem ve tesisleri,

ğğ) Yayın iletim yetkisi: Multipleks, platform ve altyapı işletmecisi kuruluşlar ile verici tesis ve işletim şirketine radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerini iletebilmeleri için Üst Kurulca verilen yetkilendirme belgesini,

hh) Yayın lisansı: Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara, bu Kanun ve bu Kanuna dayanılarak çıkarılan yönetmelik ve diğer düzenlemelerde belirtilen şartları haiz oldukları takdirde kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan her türlü teknoloji ile yayın yapabilmeleri için her bir yayın türü, tekniği ve ortamına ilişkin olarak ayrı ayrı olmak üzere Üst Kurulca verilen izin belgesini,

ıı) Yayın ortamı: Kablo, uydu, karasal ve benzeri iletim ortamlarını,

ii) Yeniden iletim: Bir medya hizmet sağlayıcı tarafından sunulan yayın hizmetinin bütününün veya büyük bir bölümünün, kullanılan teknik araç ne olursa olsun alınmasını ve eş zamanlı olarak değişiklik yapılmadan iletilmesini,

jj) Yerel yayın: En fazla bir ilin sınırları içine karasal ortamdan ulaştırılan yayın hizmetini ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

Genel Esaslar

Yeniden iletim

MADDE 4 – (1) Yayın hizmetlerinin alımı ve yeniden iletimi serbesttir. Yeniden iletim, ancak Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası sözleşmelerin ilgili hükümleri çerçevesinde sınırlandırılabilir.

(2) Bir medya hizmet sağlayıcı kuruluşun aynı yayın hizmetini uydu, kablo ve karasal gibi farklı ortamlardan değişiklik yapmaksızın eş zamanlı olarak iletmesi yeniden iletim olarak kabul edilmez.

(3) 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümleri saklı kalmak kaydıyla yeniden iletimin usul ve esasları Üst Kurulca yönetmelikle düzenlenir.

Yayın dili

MADDE 5 – (1) Yayın hizmetlerinin Türkçe yapılması esastır. Ancak Türkçe dışındaki dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Yayınlar seçilen dilin kurallarına uygun olarak yapılmak zorundadır. Bu yayınlara ilişkin usul ve esaslar Üst Kurulca yönetmelikle belirlenir.

Medya hizmet sağlayıcının bağımsızlığı ve sorumluluğu

MADDE 6 – (1) Yayın hizmetlerinin içeriğine ve yayınlanmasına önceden müdahale edilemez ve yayınların içeriği önceden denetlenemez.

(2) Bu Kanunda, diğer kanunlarda ve Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası mevzuatta yer alan hükümler ile Üst Kurul tarafından bu hükümlerin uygulanmasına yönelik yürürlüğe konulan düzenleyici işlemler müdahale sayılmaz.

(3) Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerinin kendileri, hisse sahipleri ve üçüncü derece dâhil olmak üzere üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımları ile bir başka gerçek ve tüzel kişinin haksız çıkarları doğrultusunda kullanılmamasını sağlamak zorundadır.

(4) Medya hizmet sağlayıcılar, ticarî iletişim ile üçüncü şahıslar tarafından üretilenler de dâhil olmak üzere, yayınlanan tüm yayın hizmetlerinin içeriğinden ve sunumundan sorumludur.

(5) Medya hizmet sağlayıcılar, yönetmelikle belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde künye bilgilerini, iletişim adresini, izleyici temsilcisinin adını ve iletişim bilgilerini Üst Kurula bildirmek ve internet sitelerinde yayınlamak zorundadır.

(6) Medya hizmet sağlayıcılar, sinematografik eserleri hak sahibiyle anlaşılan süre dışında yayınlayamaz.

Olağanüstü dönemlerde yayınlar

MADDE 7 – (1) Savaşlar, terör amaçlı saldırılar, doğal afetler ve benzeri olağanüstü durumların ortaya çıkardığı kriz zamanlarında da ifade ve haber alma özgürlüğü esas olup, yayın hizmetleri önceden denetlenemez ve yargı kararları saklı kalmak kaydıyla durdurulamaz. Ancak, millî güvenliğin açıkça gerekli kıldığı hâllerde

yahut kamu düzeninin ciddî şekilde bozulmasının kuvvetle muhtemel olduğu durumlarda, Başbakan veya görevlendireceği bakan geçici yayın yasağı getirebilir.

(2) Medya hizmet sağlayıcı, Cumhurbaşkanının veya Hükümetin; millî güvenliğin, kamu düzeninin, genel sağlığın ve genel ahlakın gerekleriyle ilgili bildirilerini, bildirinin ulaştığı gün saat 23:30'a kadar yayınlamakla yükümlüdür.

(3) Birinci ve ikinci fıkralar uyarınca alınacak kararlar aleyhine açılacak iptal davaları doğrudan Danıştay'da açılır. Danıştay bu davalara öncelikle bakar ve karara bağlar, yürütmeyi durdurma talepleri hakkında kırksekiz saat içerisinde karar verir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Yayın Hizmeti İlkeleri

Yayın hizmeti ilkeleri

MADDE 8 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerini kamusal sorumluluk anlayışıyla bu fıkrada yer alan ilkelere uygun olarak sunarlar. Yayın hizmetleri;

a) Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılâplarına aykırı olamaz.

b) Irk, dil, din, cinsiyet, sınıf, bölge ve mezhep farkı gözeterek toplumu kin ve düşmanlığa tahrik edemez veya toplumda nefret duyguları oluşturamaz.

c) Hukukun üstünlüğü, adalet ve tarafsızlık esasına aykırı olamaz.

ç) İnsan onuruna ve özel hayatın gizliliğine saygılı olma ilkesine aykırı olamaz, kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez.

d) Terörü övemez ve teşvik edemez, terör örgütlerini güçlü veya haklı gösteremez, terör örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerini yansıtıcı nitelikte olamaz. Terör eylemini, faillerini ve mağdurlarını terörün amaçlarına hizmet eder şekilde sunamaz.

e) **(Değişik:** 25/**4/2013-6462/1.md.)** Irk, renk, dil, din, tabiiyet, cinsiyet, engellilik, siyasî ve felsefî düşünce, mezhep ve benzeri nedenlerle ayrımcılık yapan ve bireyleri aşağılayan yayınları içeremez ve teşvik edemez.

f) Toplumun millî ve manevî değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz.

g) Suç işlemeyi, suçluyu ve suç örgütlerini övücü, suç tekniklerini öğretici nitelikte olamaz.

ğ) **(Değişik:** 25/**4/2013-6462/1.md.)** Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez.

h) Alkol, tütün ürünleri ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı madde kullanımı ile kumar oynamayı özendirici nitelikte olamaz.

ı) Tarafsızlık, gerçeklik ve doğruluk ilkelerini esas almak ve toplumda özgürce kanaat oluşumuna engel olmamak zorundadır; soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğundan emin olunmaksızın yayınlanamaz; haberin verilişinde abartılı ses ve görüntüye, doğal sesin dışında efekt ve müziğe yer verilemez; görüntülerin arşiv veya canlandırma niteliği ile ajanslardan veya başka bir medya kaynağından alınan haberlerin kaynağının belirtilmesi zorunludur.

i) Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimse suçlu ilân edilemez veya suçluymuş gibi gösterilemez; yargıya intikal eden konularda yargılama süresince, haber niteliği dışında yargılama sürecini ve tarafsızlığını etkiler nitelikte olamaz.

j) Haksız çıkarlara hizmet eden ve haksız rekabete yol açan unsurlar içeremez.

k) Siyasî partiler ve demokratik gruplar ile ilgili tek yönlü veya taraf tutar nitelikte olamaz.

l) Genel sağlığa, çevrenin ve hayvanların korunmasına zarar verecek davranışları teşvik edemez.

m) Türkçenin, özellikleri ve kuralları bozulmadan doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılmasını sağlamak zorundadır; dilin düzeysiz, kaba ve argo kullanımına yer verilemez.

n) Müstehcen olamaz.

o) Kişi veya kuruluşların cevap ve düzeltme hakkına saygılı olmak zorundadır.

ö) Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.

p) Medya hizmet sağlayıcı tarafından yapılan veya yaptırılan anket ve kamuoyu yoklamalarının, hazırlık aşamasından sonuçların ilânına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi zorunludur.

r) Kişileri fal veya batıl inançlar yoluyla istismar edemez.

s) Toplumsal cinsiyet eşitliğine ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden ve kadını istismar eden programlar içeremez.

ş) Şiddeti özendirici veya kanıksatıcı olamaz.

(2) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılmadan yayınlanamaz.

(3) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin, bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Yayın Hizmetlerinde Ticarî İletişim

Genel esaslar

MADDE 9 – (1) Ticarî iletişim, yayın hizmetinin diğer unsurlarından görsel ve işitsel olarak kolayca ayırt edilebilir olmak zorundadır.

(2) Ticarî iletişimde bilinçaltı teknikleri kullanılamaz.

(3) Gizli ticarî iletişime izin verilemez.

(4) Haber bülteni ve haber programlarını düzenli olarak sunan kişilerin görüntü veya seslerine ticarî iletişimlerde yer verilemez.

(5) Ticarî iletişim, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve program içeriğini etkileyecek şekilde kullanılamaz.

(6) Ticarî iletişim, 8 inci maddede belirlenen esas ve ilkeler saklı kalmak kaydıyla;

a) Adalet, hakkaniyet ve dürüstlük ilkelerine uygun olmak,

b) **(Değişik:** 25/**4/2013-6462/1.md.)** Cinsiyet, ırk, renk veya etnik köken, tabiiyet, din, felsefî inanç veya siyasî düşünce, engellik, yaş ve herhangi bir ayrımcılığı içermemek veya teşvik etmemek,

c) Yanıltıcı olmamak ve tüketicinin çıkarlarına zarar vermemek,

ç) Çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar vermemek, deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemek; çocukları reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını

ikna etmeye doğrudan teşvik etmemek; çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemek veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemek,

d) Kadınların istismarına yönelik olmamak,

e) Sağlık, çevre ve güvenliğe zarar verecek davranışa teşvik etmemek,

zorundadır.

(7) Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeler içeren yiyecek ve içeceklerin ticarî iletişimine, çocuk programlarıyla birlikte veya bu programların içinde yer verilemez.

(8) Ticarî iletişim yayınlarının ses seviyesi diğer yayın bölümleri ile aynı seviyede olmak zorundadır.

Televizyon ve radyo yayın hizmetlerinde reklam ve tele-alışveriş

MADDE 10 – (1) Televizyon ve radyo yayın hizmetlerinde reklamlar ile tele-alışveriş, sesli ve/veya görüntülü bir uyarıyla açıkça fark edilebilecek ve program hizmetinin diğer unsurlarından kolaylıkla ayırt edilebilecek biçimde düzenlenir.

(2) Tele-alışveriş yayınları hariç her türlü reklam yayınlarının oranı, bir saat başından bir sonraki saat başına kadarki yayın içinde yüzde yirmiyi aşamaz.

(3) İkinci fıkrada belirtilen orana, program desteklemesi ve yayıncının kendi programlarının tanıtımlarına ayrılan süre ile ürün yerleştirme dâhil değildir. Program tanıtımlarının oranı, bir saat başından bir sonraki saat başına kadarki yayın içinde yüzde beşi aşamaz.

(4) İkinci fıkrada belirtilen süreden bağımsız olarak, sesli ve görüntülü bir uyarı ile açıkça belirtilerek, kesintisiz en az onbeş dakika süreyle tele-alışveriş yayını yapılabilir. Bu yayının süresi bir gün içinde toplam bir saati aşamaz.

(5) Ücretsiz yayınlanan ve Üst Kurul tarafından tavsiye edilen kamu hizmeti duyuruları reklam sürelerine dâhil edilmez.

(6) Reklam ve tele-alışveriş yayınları, programların arasına veya programın bütünlüğü, değeri ve hak sahiplerinin hakları zedelenmeyecek biçimde bir program içine yerleştirilebilir. Bağımsız bölümlerden oluşan programlarda veya devre araları içeren spor programları ve benzer yapıdaki olay ve gösteri programlarında, reklam ve tele-alışveriş yayınları bölüm veya devre aralarına yerleştirilir.

(7) Sinema ve televizyon için yapılmış filmler ile haber bültenleri ve çocuk programları, planlanan yayın süreleri otuz dakikadan fazla olması hâlinde, her otuz dakikalık yayın süresi için bir kez olmak üzere reklam ve tele-alışverişle kesilebilir.

(8) Dinî tören yayını içine hiçbir şekilde reklam ve tele-alışveriş yayını yerleştirilemez.

(9) Münhasıran reklam, tele-alışveriş ve öz tanıtım yayınlarına ayrılmış televizyon ve radyo yayın hizmetlerine bu madde hükümleri uygulanmaz.

(10) Bu maddenin uygulanmasına ilişkin diğer hususlar Üst Kurulca yönetmelikle düzenlenir.

Belirli ürünlerin ticarî iletişimi

MADDE 11 – (1) Alkol ve tütün ürünleri için hiçbir şekilde ticarî iletişime izin verilemez.

(2) Reçeteye tabi ilaçlar ve tedaviler hakkında ticarî iletişim yapılamaz.

(3) Reçeteye tabi olmayan ilaçlar ve tedavilerin reklamları dürüstlük ilkesi çerçevesinde, gerçeği yansıtan ve doğrulanması mümkün unsurlardan oluşacak şekilde hazırlanır.

(4) İlaçlar ve tıbbi tedaviler için tele-alışverişe izin verilemez.

Program desteklemesi

MADDE 12 – (1) Bir program tamamen veya kısmen destek görmüşse, bu husus programın başında, program içindeki reklam kuşaklarına giriş ve çıkışta ve programın sonunda uygun ibarelerle belirtilir. Program tanıtımlarında programı destekleyene atıfta bulunulamaz.

(2) Desteklenen programlarda, destek verene veya üçüncü bir kişiye ait mal ve hizmetlere atıfta bulunulamaz ve bunların alınması, satılması ve kiralanması teşvik edilemez.

(3) Programlar, ticarî iletişimi yasaklanmış olan mal ve hizmetlerin üretimi veya satışıyla iştigal eden gerçek ve tüzel kişilerce desteklenemez. Tıbbi ürünleri üreten, pazarlayan veya satan ya da tıbbi tedavileri pazarlayan veya sunan gerçek ve tüzel kişilerin program desteklemesinde bulunması hâlinde, gerçek ve tüzel kişilerin ismi, markası, logosu veya imajı program desteklemesinde kullanılabilir; ancak

gerçek ve tüzel kişilerin üretim veya satışını yaptığı reçeteye tabi tıbbi ürünler veya tıbbi tedaviler kullanılamaz.

(4) Haber bülteni ve dinî tören yayınlarında program desteklemesine izin verilemez.

(5) Program desteklemesinin, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve sorumluluğunu etkilemesine izin verilmez. Programın başında, program içindeki reklam kuşaklarına giriş ve çıkışta ve programın sonunda program desteklemesi yapıldığı belirtilirken, programı destekleyenin ürün veya hizmetlerinin kiralanması veya satın alınması doğrudan teşvik edilemez ve ürün veya hizmetlere aşırı vurgu yapılamaz.

Ürün yerleştirme

MADDE 13 – (1) Sinema ve televizyon için yapılmış filmler, diziler ile spor ve genel eğlence programları haricinde, yayınlarda ürün yerleştirmeye yönelik uygulamalara yer verilemez. Ürün yerleştirme uygulamaları ticarî iletişimle ilgili düzenlemelere tabidir.

(2) Üst Kurul tarafından belirlenecek şartlarda, belirli mal ve hizmetlerin ücretsiz olarak program içine dâhil edildiği durumlarda da ürün yerleştirmeye izin verilebilir.

(3) Ürün yerleştirmenin, medya hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve sorumluluğunu etkilemesine izin verilmez. Ürün yerleştirmede, ürün veya hizmetlerin kiralanması veya satın alınması doğrudan teşvik edilemez ve ürüne aşırı vurgu yapılamaz. İzleyiciler, programın başında, sonunda ve reklam arası sonrasında program başladığında, ürün yerleştirmenin varlığı hakkında açıkça bilgilendirilir.

(4) Haber bültenlerinde, çocuk programlarında ve dinî programlarda ürün yerleştirmeye izin verilmez.

(5) Ticarî iletişimi yasaklanmış ürünlerin ürün yerleştirmede kullanılmasına izin verilmez.

BEŞİNCİ BÖLÜM
Yayın Hizmeti İçeriği

Genel ve tematik yayın

MADDE 14 – (1) Yayın hizmetlerinde, genel veya tematik içerikli yayın yapılabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar yayın lisansı başvurusu sırasında

yayınlarının türünü Üst Kurula yazılı olarak bildirir. Üst Kurul tarafından bu kuruluşlara verilecek yayın lisans belgesinde yayının türü açıkça belirtilir.

(2) Yayın hizmetlerinin Üst Kurula bildirilen türde ve seçilen dilde yapılması zorunludur. Yayın türü talep üzerine Üst Kurulun izniyle değiştirilebilir. Yayın türünün değiştirilmesine ilişkin şartlar Üst Kurulca belirlenir. Lisans belgesinde belirtilen türe uygun yayın yapmayan kuruluş yayın lisansı şartlarını ihlâl etmiş sayılır.

(3) Genel ve tematik içerikli yayın yapan televizyon kuruluşlarının, çocuk yayınlarında çizgi filmlere yer vermeleri hâlinde, çizgi filmlerin en az yüzde yirmisinin, diğer çocuk programlarının en az yüzde kırkının Türkçe dilinde üretilmiş yapım olması ve Türk kültürünü yansıtması zorunludur. Çocuk yayınlarının yayınlanma saatleri ve sürelerine yönelik istatistiksel veriler ile üretim yerine ilişkin bilgiler aylık dökümler hâlinde Üst Kurula bildirilir.

(4) Radyo ve televizyon kuruluşları, yayınlarında belirli oran ve saatlerde Türk halk ve Türk sanat müziği programlarına yer vermek zorundadır. Bu programların oran ve yayınlanma zamanı ile ilgili esaslar Üst Kurulca belirlenir.

Avrupa eserleri

MADDE 15 – (1) Ulusal karasal yayın lisansına sahip televizyon yayıncılarının;

a) Haberler, spor olayları, yarışmalar, reklamlar, tele-alışveriş ve bağlantılı veri yayınları için ayrılan süre dışında kalan yayın süresinin en az yüzde ellisini Avrupa eserlerine,

b) Haberler, spor olayları, yarışmalar, reklamlar, tele-alışveriş ve bağlantılı veri yayınları için ayrılan süre dışında kalan yayın süresinin veya program bütçesinin yüzde onunu bağımsız yapımcıların ürettiği Avrupa eserlerine, ayırmaları zorunludur.

(2) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcı kuruluşların Avrupa eserlerinin yapımına ve erişimine destek vermelerini teşvik edecek usul ve esaslar Üst Kurulca belirlenir.

Kısa gösterim hakkı

MADDE 16 – (1) Kamuoyu için büyük önem taşıyan olayların münhasır yayın haklarına sahip televizyon yayıncıları, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında, diğer yayıncılara âdil, makul ve eşitlikçi bir temelde bedeli karşılığında kısa gösterim hakkı sağlamak zorundadır.

(2) Münhasır yayın hakkına konu olaylara erişim hakkı talep eden diğer televizyon yayıncılarına, kısa gösterimleri serbest bir biçimde seçme hakkı tanınır.

(3) Kısa gösterimler, kaynağını belirtmek suretiyle sadece haber programları içinde doksan saniyeyi geçmeyecek şekilde kullanılır ve isteğe bağlı medya hizmetlerinde ise sadece aynı programın aynı medya hizmet sağlayıcı tarafından banttan verilmesi durumunda uygulanır.

(4) Bu maddenin uygulanmasıyla ilgili usul ve esaslar Üst Kurulca çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

Kamunun önemli olaylara erişimi

MADDE 17 – (1) Üst Kurul, toplum için büyük önem arz eden ulusal ve uluslararası olayları; ülke geneline şifresiz ve ücretsiz yayın yapan televizyon kanallarından canlı veya banttan yayınlanmasını temin etmek amacıyla, konuyla ilgili diğer kurumların görüşlerini de almak suretiyle bir önemli olaylar listesi hazırlayarak ilân eder. Önemli olaylar listesi Üst Kurulca aynı usulle güncellenebilir.

(2) Önemli olayları yayınlayacak televizyon yayıncıları, önemli olaylar listesinde yer alan olayların ülke geneline şifresiz ve ücretsiz olarak yayınlanmasını sağlar.

(3) Televizyon yayıncıları, ayrıca Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf başka bir ülkenin listesinde yer alan önemli olaylarla ilgili münhasır haklarını, söz konusu ülke vatandaşlarının önemli bir kesimi tarafından izlenmesini engelleyecek şekilde kullanamaz.

(4) Kamunun önemli olaylara erişimi ile ilgili usul ve esaslar Üst Kurulca çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.

Düzeltme ve cevap hakkı

MADDE 18 – (1) Gerçek ve tüzel kişiler, kendileri hakkında şeref ve haysiyetlerini ihlâl edici veya gerçeğe aykırı yayın yapılması hâlinde, yayın tarihinden itibaren altmış gün içinde, üçüncü kişilerin hukuken korunan menfaatlerine aykırı olmamak ve suç unsuru içermemek kaydıyla, düzeltme ve cevap yazısını ilgili medya hizmet sağlayıcıya gönderir. Medya hizmet sağlayıcılar, hiçbir düzeltme ve ekleme yapmaksızın, yazıyı aldığı tarihten itibaren en geç yedi gün içinde, cevap ve düzeltmeye konu yayının yapıldığı saatte ve programda, izleyiciler tarafından kolaylıkla takip edilebilecek ve açıkça anlaşılabilecek biçimde düzeltme ve cevabı yayınlar. Düzeltme ve cevap hakkı doğuran programın yayından kaldırıldığı

veya yayınına ara verildiği durumlarda, düzeltme ve cevap hakkı, yedi günlük süre içinde anılan programın yayın saatinde kullandırılır. Düzeltme ve cevapta, buna neden olan yayın belirtilir.

(2) Düzeltme ve cevabın birinci fıkrada belirtilen süre içinde yayınlanmaması hâlinde bu sürenin bitiminden; birinci fıkra hükümlerine aykırı şekilde yayınlanması hâlinde düzeltme ve cevabın yayınlandığı tarihten itibaren on gün içinde ilgili kişi, mahkemeden cevap ve düzeltmenin birinci fıkra hükümlerine uygun olarak yayınlanmasına karar verilmesini isteyebilir. Yetkili ve görevli mahkeme; başvuru sahibinin ikamet ettiği yerdeki sulh ceza mahkemesi, başvuru sahibinin yurt dışında ikamet etmesi hâlinde Ankara Sulh Ceza Mahkemesidir.

(3) Sulh ceza hâkimi, istemi üç gün içinde duruşma yapmaksızın karara bağlar. Bu karara karşı tebliğden itibaren yedi gün içinde yetkili asliye ceza mahkemesine itiraz edilebilir. Asliye ceza mahkemesi itirazı üç iş günü içinde inceleyerek kesin karara bağlar.

(4) Hâkim tarafından düzeltme ve cevabın yayınlanmasına karar verilmesi hâlinde, birinci fıkradaki yedi günlük süre, sulh ceza hâkiminin kararına itiraz edilmemişse kararın kesinleştiği tarihten; itiraz edilmişse asliye ceza mahkemesi kararının tebliği tarihinden itibaren başlar.

(5) Düzeltme ve cevap hakkına sahip olan kişinin bu hakkı kullanmadan ölmesi hâlinde, bu hak mirasçılarından biri tarafından kullanılabilir. Bu durumda, ölümün altmış günlük düzeltme ve cevap hakkı süresi içinde gerçekleşmiş olması kaydıyla, kalan düzeltme ve cevap hakkı süresine otuz gün ilâve edilir.

(6) Gerçek ve tüzel kişilerin kişilik haklarını ihlâl eden yayın hizmetlerinden doğan maddi ve manevi zarardan dolayı, medya hizmet sağlayıcı kuruluş ile birlikte programın yapımcısı müştereken ve müteselsilen sorumludur.

(7) İlgili kişi birinci fıkrada belirtilen cevap ve düzeltme hakkını, aynı süreler içinde doğrudan sulh ceza mahkemesinden isteyebilir.

ALTINCI BÖLÜM

Özel Medya Hizmet Sağlayıcı Kuruluşlar

Kuruluş ve hisse oranları

MADDE 19 – (1) Özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşların şirket yapıları ve hisse oranları ile ilgili uymaları gereken hususlar şunlardır:

a) Yayın lisansı, münhasıran radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti sunmak amacıyla Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre kurulmuş anonim şirketlere verilir. Aynı şirket ancak bir radyo, bir televizyon ve bir isteğe bağlı yayın hizmeti sunabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, yayın lisansının verilmesinden sonra da ana sözleşmelerine bu maddedeki esaslara aykırı hükümler koyamazlar. Ana sözleşme değişiklikleri bir ay içinde Üst Kurula bildirilir.

b) Siyasî partiler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, birlikler, dernekler, vakıflar, mahallî idareler ve bunlar tarafından kurulan veya bunların doğrudan veya dolaylı ortak oldukları şirketler ile sermaye piyasası kurumları ve bunlara doğrudan veya dolaylı ortak olan gerçek ve tüzel kişilere yayın lisansı verilemez. Bu kuruluşlar, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara doğrudan veya dolaylı ortak olamaz.

c) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların hisseleri nama yazılı olmak zorundadır. Herhangi bir kişi lehine intifa senedi ihdas edilemez.

ç) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, 28/7/1981 tarihli ve 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ve ilgili mevzuat çerçevesinde sermaye piyasası araçlarını ihraç ve halka arz edebilirler. Bu durumda mevzuat gereği Sermaye Piyasası Kurulunda kayda alınmadan önce Üst Kurulun onayının alınması zorunludur. Halka açık hisselerde nama yazılı olma şartı aranmaz.

d) Bir gerçek veya tüzel kişi doğrudan veya dolaylı olarak en fazla dört karasal yayın lisansına sahip medya hizmet sağlayıcı kuruluşa ortak olabilir. Ancak, birden çok medya hizmet sağlayıcıya ortaklıkta bir gerçek veya tüzel kişinin doğrudan veya dolaylı hisse sahibi olduğu medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yıllık toplam ticarî iletişim geliri, sektörün toplam ticarî iletişim gelirinin yüzde otuzunu geçemez. Toplam ticarî iletişim geliri bu oranı aşan gerçek veya tüzel kişiler, Üst Kurul tarafından verilen doksan günlük süre içinde bu oranın altına inecek şekilde medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardaki hisselerini devreder. Verilen süre içinde Üst Kurul kararının gereğini yerine getirmeyen gerçek veya tüzel kişi hakkında, kararın gereğini yerine getirmediği her ay için Üst Kurulca dörtyüzbin Türk Lirası idarî para cezası uygulanır. Bu bendin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar Üst Kurul tarafından belirlenir.

e) Gerçek kişiler için eşler ile üçüncü derece dâhil olmak üzere üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımlara ait hisseler de aynı kişiye aitmiş gibi değerlendirilir.

f) Bir medya hizmet sağlayıcı kuruluşta doğrudan toplam yabancı sermaye payı, ödenmiş sermayenin yüzde ellisini geçemez. Yabancı bir gerçek veya tüzel

kişi en fazla iki medya hizmet sağlayıcı kuruluşa doğrudan ortak olabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların ortağı olan şirketlere yabancı gerçek veya tüzel kişilerin iştirak ederek yayın kuruluşlarına dolaylı ortak olmaları hâlinde, yayıncı kuruluşların yönetim kurulu başkanı, başkan vekili ile yönetim kurulu çoğunluğu ve genel müdürünün Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olması ve ayrıca yayıncı kuruluş genel kurullarında oy çoğunluğunun Türkiye Cumhuriyeti tabiiyetini haiz gerçek veya tüzel kişilerde bulunması zorunludur. Şirket ana sözleşmelerinde bu hususları sağlayan düzenlemeler açıkça belirtilir.

g) Yerli veya yabancı hissedarlar hiçbir şekilde imtiyazlı hisse senedine sahip olamaz.

Hisse, şirket devri ve birleşme

MADDE 20 – (1) Yayın lisansı verilen bir anonim şirketin hisse devirleri, devir tarihinden itibaren otuz gün içinde, ortakların ad ve soyadları ile hisselerin devri sonucunda oluşan ortaklık yapısı ve oy payları hakkındaki bilgilerle birlikte Üst Kurula bildirilir.

(2) Şirket devir veya birleşme işlemlerinden önce Üst Kuruldan gerekli bilgi ve belgelerle izin alınması ve devir veya birleşme işleminin gerçekleşmesinden sonra otuz gün içinde Üst Kurula bildirimi zorunludur.

(3) Hisse devri, şirket devri ve birleşme işlemleri sonucunda oluşacak şirket yapısında bu Kanunda öngörülen hususlara aykırılık bulunması hâlinde, Üst Kurulun doksan günü geçmemek üzere vereceği süre içinde bu aykırılığın giderilmesi zorunludur. Aksi hâlde ilgili medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yayın lisansı iptal edilir.

(4) Birleşme, devralma ve nama yazılı olan hisselerin devirlerinde 19 uncu madde hükümleri, 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri ile 7/12/1994 tarihli ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun hükümleri saklıdır.

Logo ve çağrı işareti

MADDE 21 – (1) İlgili mevzuata uyulması ve kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı olmamak şartıyla, her türlü ad ve bu adı tasvir eden blok grafikler logo olarak; sesli duyurular ise çağrı işareti olarak kullanılabilir. Logo ve çağrı işaretlerinin

Üst Kurul nezdinde tescili zorunludur. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, logo ve çağrı işaretlerini Üst Kurul izni ile değiştirebilirler.

(2) Medya hizmet sağlayıcılar, test yayını yaptıkları süre de dâhil olmak üzere, yayın süreleri boyunca tek bir logo ve çağrı işareti kullanmakla yükümlüdür. Televizyon yayın hizmeti sağlayıcı kuruluşların, reklam yayını esnasında logolarını değiştirmek suretiyle kullanmaları ve blok grafiğinin temel karakteristiğini bozmamaları esastır.

(3) Bu maddenin uygulanmasına dair usul ve esaslar Üst Kurulca çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

İzleyici temsilciliği

MADDE 22 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, ortak denetim ile öz denetim mekanizmalarının oluşturulması, izleyici ve dinleyicilerden ulaşan şikâyetlerin değerlendirilip kuruluşun yayın kuruluna sunulması ve sonuçlarının takip edilmesi amacıyla en az on yıllık meslekî tecrübeye sahip bir izleyici temsilcisi görevlendirirler. Belirlenen izleyici temsilcisi uygun vasıtalarla kamuoyuna duyurulur ve Üst Kurula bildirilir.

Haber birimlerinde çalışanlar

MADDE 23 – (1) Medya hizmet sağlayıcılarının haber birimlerinde çalıştırılacak basın kartlı personelin asgarî sayısını Üst Kurul belirler. Bu personel 13/6/1952 tarihli ve 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanuna tabidir.

Koruyucu sembol sistemi

MADDE 24 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, koruyucu sembol sistemi kullanarak, izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirir.

(2) Koruyucu sembol sistemi ile ilgili usul ve esaslar Üst Kurulca belirlenir.

(3) Bu madde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu hakkında da uygulanır.

Yayın kayıtlarının muhafazası

MADDE 25 – (1) Özel medya hizmet sağlayıcılar, yaptıkları her yayının kaydını bir yıl süreyle muhafaza etmekle yükümlüdür. Gerçek ve tüzel kişiler yapacakları

işlemlere esas olmak üzere bu süre içinde yazılı olarak Üst Kurula başvurmak ve Üst Kurulca belirlenecek ücreti ödemek suretiyle yayın kaydından bir kopya alabilir.

(2) Özel medya hizmet sağlayıcılar, Üst Kurulun talep etmesi hâlinde, istenen yayın kaydının bir kopyasını, buna ilişkin yazının kendilerine tebliğ edilmesinden itibaren on gün içinde Üst Kurula ulaştırmakla yükümlüdür.

(3) Yayının herhangi bir şekilde soruşturma veya kovuşturma konusu yapılması hâlinde, bu işlemlerin sonuçlandığının yetkili mercilerce ilgili medya hizmet sağlayıcı kuruluşa yazılı olarak bildirilmesine kadar soruşturma veya kovuşturma konusu yayın kaydının saklanması zorunludur.

YEDİNCİ BÖLÜM

Frekans Planlaması ve Yayın Lisansı

Frekans planlaması ve tahsis

MADDE 26 – (1) Üst Kurul, millî frekans planında karasal radyo ve televizyon yayınları için 5/11/2008 tarihli ve 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanununun 36 ncı maddesine göre Üst Kurula tahsis edilen frekans bantları çerçevesinde televizyon kanal ve radyo frekans planlamalarını yapar veya yaptırır. Frekans planlarında ulusal, bölgesel ve yerel karasal yayın ağlarının sayıları ve türleri ile sayısal yayınlar için multipleks sayıları belirlenir.

(2) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, karasal ortamdan gerçekleştireceği yayın hizmetlerinin sayısını ve kapsama alanlarını Üst Kurula bildirir. Bu taleplerin hangi oranda karşılanacağına frekans planları çerçevesinde Üst Kurulca karar verilir. Karasal televizyon ve karasal radyo yayınları için uygun görülen kanal ve frekanslar ile karasal sayısal yayınlar için bir multipleksten az olmamak üzere uygun görülen sayıda multipleks kapasitesi, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna tahsis edilir. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna tahsis edilen frekans ve multipleks kapasitesi ile en az dört karasal televizyon ve dört karasal radyo yayını yapılır. Tahsis tarihinden itibaren iki yıl içinde kullanılmayan veya kullanımına son verilen kanal, frekans ve multipleks Üst Kurul tarafından yeniden değerlendirilir. Tahsisten sonra, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun ilave karasal yayın ihtiyacının ortaya çıkması hâlinde, kapasite imkânları ölçüsünde bu husus da yukarıdaki çerçevede değerlendirilir.

(3) Kamu kurum ve kuruluşlarının ikaz, duyuru ve eğitim maksadıyla karasal radyo veya televizyon yayını yapma talebinde bulunmaları halinde; bu talepler yapılacak protokol çerçevesinde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumundan hizmet alınarak karşılanır. Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte kanunlarında radyo ve televizyon yayını yapabileceklerine ilişkin hüküm bulunan kamu kurum ve kuruluşlarından Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu tarafından herhangi bir ücret alınmaz. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu haricindeki kamu kurum ve kuruluşlarına kanal, frekans veya multipleks kapasitesi tahsisi yapılmaz.

(4) Sıralama ihalesine, radyo ve televizyon yayın şirketi olarak kurulan, radyo ve televizyon yayıncılık alanında en az bir yıl faaliyette bulunan, ihale şartnamesinde belirtilen ön şartları yerine getiren ve Üst Kuruldan ihaleye girmek için yeterlilik belgesi alan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar katılabilir.

(5) Karasal radyo yayınları için frekans planları esas alınarak yapılacak sıralama ihalesi sonucuna göre medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara radyo frekansı veya multipleks kapasitesi tahsis edilir. Sayısal televizyon frekans planı esas alınarak yapılacak sıralama ihalesi sonucuna göre medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara multipleks kapasitesi tahsis edilir. Yapılan tahsiste sunulacak yayın hizmetinin kapsama alanı, yayın türü ve kapasitenin yer alacağı multipleks belirtilir. Karasal yayın lisansı alan kuruluşlar en geç iki yıl içinde kendilerine tahsis edilen kanal, multipleks kapasitesi veya frekansların tümünden yayına geçmek zorundadır.

(6) Karasal ortamdan yapılacak radyo ve televizyon yayın hizmeti için tahsis edilmiş kanal, multipleks kapasitesi ve radyo frekansları için kamu ve özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan yıllık kullanım ücreti alınır. Yıllık kullanım ücreti, söz konusu yayının nüfusa bağlı kapsama alanı, türü, verici gücü, frekansın bulunduğu bant ve yayının yapıldığı yerleşim biriminin ekonomik gelişmişlik seviyesi gibi nesnel kıstaslar esas alınarak Üst Kurul tarafından belirlenir.

(7) Multipleks kapasitesi tahsis edilerek karasal yayın lisansı verilen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından karasal ortamdan sunulacak radyo veya televizyon yayın hizmetleri, multipleks işletmecisi tarafından iletilir. Aynı multipleks içinde yer alan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, bir multipleks işletmecisi üzerinde anlaşarak yayınlarını iletirler.

(8) Özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, Üst Kurulca kendilerine tahsis edilen televizyon kanalı, multipleks kapasitesi ile radyo frekanslarından yapacakları

yayınlarını, tek bir verici tesis ve işletim şirketince kurulan ve işletilen radyo ve televizyon verici tesislerinden yapmak zorundadır. Ulusal karasal yayın lisansına sahip kuruluşlarca ortak kurulan verici tesis ve işletim şirketinin uyması gereken şartlar Üst Kurulca belirlenir ve şartları yerine getiren tek bir verici tesis ve işletim şirketine yayın iletim yetkisi verilir. Bu verici tesis ve işletim şirketine ortak olacakların hisse oranı yüzde onu geçemez. Verici tesislerinden yararlanma usul ve esasları ile yıllık kira bedelleri, verici tesis ve işletim şirketinin görüşü alındıktan sonra Üst Kurulun onayıyla yürürlüğe konulur. Verici tesis ve işletim şirketi, Üst Kuruldan karasal yayın lisansı almış tüm kuruluşlara tarafsızlık ve hakkaniyet ölçülerinde, makul ve ayrımcılık içermeyecek koşullarda hizmet vermek zorundadır. Kurulmasına izin verilen radyo ve televizyon verici tesislerinin, bu Kanunda ve işletme izninde öngörülen amaçlar için kullanılıp kullanılmadığı Üst Kurul tarafından denetlenir. Verici tesis ve işletim şirketinin izin şartlarını ihlâl etmesi ve Üst Kurulca yapılan uyarıya rağmen aykırılığın giderilmemesi durumunda şirket, ihlalin giderilmediği her ay için yüzbin Türk Lirasından üçyüzbin Türk Lirasına kadar idarî para cezası ile cezalandırılır.

(9) Frekans planlarının uygulanmasına, karasal sayısal yayına geçiş ve sıralama ihalesine ilişkin usul ve esaslar Üst Kurul tarafından çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

Yayın lisansı türleri, süresi ve devir

MADDE 27 – (1) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, kablo, uydu, karasal ve benzeri ortamlardan yayın yapabilmeleri için her bir yayın tekniği ve ortamına ilişkin Üst Kuruldan ayrı ayrı lisans almak zorundadır. Lisansın hangi yayın tekniği ve ortamına ilişkin verildiği lisans belgesinde açıkça belirtilir. Farklı yayın teknikleri ve ortamlarından aynı anda yayın yapmak isteyen kuruluşlar, her yayın tekniği ve ortamı için ayrı lisans almak ve eş zamanlı yayın yapmak zorundadır.

(2) Yayın lisans süresi on yıldır. Lisans süresi sonunda boşalan karasal yayın kapasitesi Üst Kurulca yeniden ihale edilir.

(3) Üst Kurulun karasal yayın lisansı verdiği bir kuruluş bu lisans haklarını devredemez. Yayın faaliyetine devam etmeme kararı alan kuruluş, lisansını Üst Kurula iade eder.

SEKİZİNCİ BÖLÜM

Yayınların İletimi ve Yetkilendirme

Multipleks işletmecileri

MADDE 28 – (1) 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla, multipleks işletmecilerinin uymaları gereken idarî, malî ve teknik şartlar Üst Kurulca belirlenir ve şartları yerine getiren kuruluşlara yayın iletim yetkisi verilir. Medya hizmet sağlayıcı şirketler de multipleks işletmeci şirketlere ortak olabilirler.

(2) Multipleks işletmecileri, radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin iletimi alanında sadece Üst Kuruldan karasal yayın lisansı almış kuruluşlara hizmet verebilirler.

(3) Multipleks işletmecileri, Üst Kurulca durdurulmasına karar verilen yayınların iletimini Üst Kurul kararının tebliğini takiben derhal durdurmak zorundadır. Yapılan tebliğe rağmen bu yayınları iletmeye devam eden multipleks işletmecilerinin yayın iletim yetkisi, Üst Kurul tarafından iptal edilir ve bu durum Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna bildirilir.

Platform işletmecileri ve yayın hizmeti iletimi yapan altyapı işletmecileri

MADDE 29 – (1) Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından elektronik haberleşme hizmetlerini sunmak üzere yetkilendirilen platform işletmecileri ve yayın hizmeti iletimi yapan altyapı işletmecileri; yayın hizmetleri yönünden bu Kanun hükümlerine tabidir. Yayın hizmetlerinin iletimi faaliyetlerine ilişkin uyulması gereken idarî, malî ve teknik şartlar Üst Kurulca belirlenir ve şartları yerine getiren kuruluşlara yayın iletim yetkisi verilir. Platform işletmecileri medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara tarafsızlık ve hakkaniyet ölçülerinde, makul ve ayrımcılık içermeyecek koşullarda hizmet vermek zorundadır. Platform işletmecilerinin medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan alacağı hizmet bedelleri Üst Kurulun onayı ile belirlenir.

(2) Platform ve yayın hizmeti iletimi yapan altyapı işletmecileri, iletimini yapacakları yayın hizmetlerini Üst Kurula bildirmek zorundadır.

(3) Platform ve altyapı işletmecileri, Üst Kuruldan yayın lisansı almayan veya yayın lisansı iptal edilen medya hizmet sağlayıcılar ile Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası antlaşmalar ve bu Kanun hükümlerine aykırı yayın yaptığı Üst Kurulca tespit edilen bir başka ülkenin yargı yetkisi altındaki medya hizmet

sağlayıcılarının yayın hizmetlerinin iletimini, Üst Kurul kararının tebliğini müteakiben durdurur. Tebliğe rağmen yayın hizmetlerinin iletimini durdurmayan işletmecinin yayın iletim yetkisi iptal edilir ve bu durum Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna bildirilir.

DOKUZUNCU BÖLÜM
Seçim Dönemi

Seçim döneminde yayınlar

MADDE 30 – (1) Seçimlerle ilgili olarak seçim dönemlerinde yapılan yayınlara ilişkin usul ve esaslar Yüksek Seçim Kurulu tarafından düzenlenir.

(2) Üst Kurul, medya hizmet sağlayıcılarının seçim dönemlerindeki yayınlarını Yüksek Seçim Kurulunun kararları doğrultusunda izler, denetler ve değerlendirir.

(3) 26/4/1961 tarihli ve 298 sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanunun 149/A maddesinde düzenlenen hükümler, Yüksek Seçim Kurulu kararlarını müteakip Üst Kurulca yerine getirilir.

Siyasî reklam

MADDE 31 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, Yüksek Seçim Kurulu tarafından ilân edilen seçim döneminde, yayın yasaklarının başlayacağı saate kadar siyasî parti ve aday reklamları yayınlayabilir.

(2) Siyasî reklamlar, bu Kanunda yer alan hükümlere ve Yüksek Seçim Kurulunca belirlenen usul ve esaslara uygun olmak zorundadır.

ONUNCU BÖLÜM
Yaptırımlar

İdarî yaptırımlar

MADDE 32 – (1) Bu Kanunun 8 inci maddesinin birinci fıkrasının (a), (b), (d), (g), (n), (s) ve (ş) bentlerindeki yayın hizmeti ilkelerine aykırı yayın yapan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara, ihlalin ağırlığı ve yayının ortamı ve alanı göz önünde bulundurularak, ihlalin tespit edildiği aydan bir önceki aydaki brüt ticari iletişim gelirinin yüzde ikisinden beşine kadar idarî para cezası verilir. İdarî para cezası miktarı, radyo kuruluşları için bin Türk Lirasından, televizyon kuruluşları ve isteğe

bağlı medya hizmet sağlayıcıları için onbin Türk Lirasından az olamaz. Ayrıca, idarî tedbir olarak, ihlale konu programın yayınının beş keze kadar durdurulmasına, isteğe bağlı yayın hizmetlerinde ihlale konu programın katalogdan çıkarılmasına karar verilir. İhlalin mahiyeti göz önünde bulundurularak, bu fıkra hükümlerine göre idarî para cezası ile birlikte idarî tedbire karar verilebileceği gibi, sadece idarî para cezasına veya tedbire de karar verilebilir.

(2) 8 inci maddenin birinci fıkrasının diğer bentleri ile ikinci ve üçüncü fıkralarında ve bu Kanunun diğer maddelerinde belirlenen ilke, yükümlülük veya yasaklara aykırı yayın yapan medya hizmet sağlayıcıları uyarılır. Uyarının ilgili kuruluşa tebliğinden sonra ihlalin tekrarı hâlinde medya hizmet sağlayıcıya ihlalin ağırlığı ve yayının ortamı ve alanı göz önünde bulundurularak, ihlalin tespit edildiği aydan bir önceki aydaki brüt ticari iletişim gelirinin yüzde birinden üçüne kadar idari para cezası verilir. İdarî para cezası miktarı, radyo kuruluşları için bin Türk Lirasından, televizyon kuruluşları ve isteğe bağlı medya hizmet sağlayıcıları için onbin Türk Lirasından az olamaz.

(3) Yükümlülük veya yasak ihlalinin suç oluşturması halinde, bu suç nedeniyle ilgililer hakkında soruşturma veya kovuşturma yapılması şartına bağlı olmaksızın, bu madde hükümlerine göre idarî para cezası veya idarî tedbir kararı verilir.

(4) İdarî tedbir uygulanması sonucu yayını durdurulan programların yerine, aynı yayın kuşağında ve ticarî iletişim yayını içermeksizin, Üst Kurulca temin edilen eğitim, kültür, trafik, kadın ve çocuk hakları, gençlerin fiziksel ve ahlaki gelişimi, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklarla mücadele, Türk dilinin güzel kullanımı, çevre eğitimi, özürlü sorunları, sağlık ve benzeri kamuya yararlı konularda programlar yayınlanır. Yükümlülük veya yasağa aykırılık dolayısıyla idarî tedbir olarak programın yayınının durdurulması kararının verilmesi halinde, yaptırım uygulanmasına sebebiyet veren fiilin işlenmesinden dolayı sorumluluğu olan programın yapımcısı veya varsa sunucusu, yayının durdurulduğu süre zarfında, aynı veya farklı medya hizmet sağlayıcı kuruluşta hiçbir ad altında başka bir program yapamaz veya sunamaz.

(5) 8 inci maddenin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerindeki ilkelere aykırı yayın yapılmasını müteakip verilecek yaptırım kararının tebliğinden itibaren bir yıl içinde aynı ihlalin tekrarı halinde, medya hizmet sağlayıcı kuruluşun yayınının on güne kadar durdurulmasına; ikinci tekrarı halinde ise, yayın lisansının iptaline karar verilir.

(6) Yayın lisansı verilmesi için bu Kanunda aranan şartlardan birinin kaybedilmesi halinde, ilgili medya hizmet sağlayıcı kuruluşa bu şartı yerine getirmesi için otuz günlük süre verilir. Verilen süreye rağmen şartı yerine getirmeyen kuruluşun yayınları üç ay süreyle durdurulur. Bu süre zarfında şartın yerine getirilmemesi halinde ise, ilgili kuruluşun yayın lisansı iptal edilerek kanal ve frekans kullanımına son verilir.

(7) Yayın lisansının verilmesi için gerekli şartlara uygunluğunu hile ile elde ettiği tespit edilen kuruluşun yayın lisansı iptal edilir. Yayın lisansı iptal edilmiş olan kuruluştan alınmış olan yayın lisans bedeli ile kanal ve frekans yıllık kullanım bedeli iade edilmez.

(8) Bu Kanun hükümlerine göre idarî para cezasına veya idarî tedbire karar vermeye Üst Kurul yetkilidir.

(9) Bu Kanun hükümlerine göre verilen idarî yaptırım kararlarına karşı 6/1/1982 tarihli ve 2577 sayılı İdarî Yargılama Usulü Kanunu hükümlerine göre yargı yoluna başvurulur. Ancak, idare mahkemesinde dava, işlemin tebliği tarihinden itibaren onbeş gün içinde açılır. İdare mahkemesinde iptal davası açılmış olması, kararın yerine getirilmesini durdurmaz.

(10) Bu madde hükümlerine göre Üst Kurul tarafından verilen uyarı kararları, medya hizmet sağlayıcı kuruluşun Üst Kurula bildirdiği elektronik posta adresine gönderilmek suretiyle tebliğ edilir. Üst Kurula bildirilen elektronik posta adresinde değişiklik yapılmasına rağmen bu değişiklik Üst Kurula bildirilmediği takdirde, önceki adrese yapılan tebligat yapılmış sayılır.

(11) Bu Kanunda düzenlenmiş olan idarî para cezaları tebliğinden itibaren bir ay içerisinde ödenir.

Adlî yaptırımlar

MADDE 33 – (1) Üst Kuruldan yayın lisansı almadan veya yayınları Üst Kurul tarafından geçici olarak durdurulmasına ya da yayın lisansı iptal edilmesine rağmen yayın yapan gerçek kişiler ile tüzel kişilerin yönetim kurulu üyeleri ve genel müdürü, bir yıldan iki yıla kadar hapis ve bin günden beşbin güne kadar adlî para cezası ile cezalandırılır. Tüzel kişiler hakkında ayrıca 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun 60 ıncı maddesindeki güvenlik tedbirleri uygulanır. İzinsiz olarak faaliyetine devam eden yayın cihaz ve tesisleri Üst Kurulca mühürlenerek kapatılır.

(2) Yayın lisansı olmasına rağmen lisans tipi dışında yayın yapan ve izinsiz verici tesis eden medya hizmet sağlayıcılar Üst Kurulca uyarılır, yapılan uyarıya rağmen izinsiz yayına devam edenler hakkında birinci fıkra hükmü uygulanır.

(3) 25 inci maddeye uygun olarak yayın kayıtlarını bir yıl süreyle muhafaza etmeyen veya Üst Kurulca ya da Cumhuriyet başsavcılığınca istenmesine rağmen, süresi içerisinde ve aslına uygun olarak teslim etmeyen özel medya hizmet sağlayıcı kuruluş sorumlu müdürü bin günden beşbin güne kadar adlî para cezasıyla cezalandırılır.

(4) Gönderilen kayıtların içerik bakımından istenen yayın olmaması veya kayıtlarda tahrifat, çıkarma, silme gibi işlemler yapılması hâlinde, özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşların sorumlu müdürü beşbin günden onbin güne kadar adlî para cezasıyla cezalandırılır.

(5) Bu Kanun çerçevesinde açılan kamu davalarına Üst Kurul katılır.

ONBİRİNCİ BÖLÜM
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

Kuruluş

MADDE 34 – (1) Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleri sektörünü düzenlemek ve denetlemek amacıyla, idarî ve malî özerkliğe sahip, tarafsız bir kamu tüzel kişiliği niteliğinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur.

(2) Üst Kurul, bu Kanun ve mevzuatta kendisine verilen görev ve yetkileri kendi sorumluluğu altında bağımsız olarak yerine getirir ve kullanır.

(3) Üst Kurul, bu Kanunda ve 5018 sayılı Kamu Malî Yönetimi ve Kontrol Kanununda belirtilen usul ve esaslar çerçevesinde kendisine tahsis edilen malî kaynakları görev ve yetkilerinin gerektirdiği ölçüde, kendi bütçesinde belirlenen usul ve esaslar dâhilinde serbestçe kullanır. Üst Kurulun malları Devlet malı hükmündedir, haczedilemez.

(4) Üst Kurul, Hükümet ile olan ilişkilerini Başbakan veya görevlendireceği bir bakan aracılığıyla yürütür.

(5) Üst Kurul Sayıştay denetimine tabidir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

MADDE 35 – (1) Üst Kurul, en az dört yıllık yükseköğrenim görmüş, meslekleriyle ilgili konularda kamu kurum ve kuruluşları veya özel kuruluşlarda en az on

yıl süreyle görev yapmış, meslekî açıdan yeterli bilgiye, deneyime ve Devlet memuru olma niteliğine sahip, otuz yaşını doldurmuş kişiler arasından Türkiye Büyük Millet Meclisince seçilen dokuz üyeden oluşur.

(2) Seçim için, siyasî parti gruplarının üye sayısı oranında belirlenecek üye sayısının ikişer katı aday gösterilir ve Üst Kurul üyeleri bu adaylar arasından her siyasî parti grubuna düşen üye sayısı esas alınmak suretiyle Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca seçilir. Ancak, siyasî parti gruplarında, Türkiye Büyük Millet Meclisinde yapılacak seçimlerde kime oy kullanılacağına dair görüşme yapılamaz ve karar alınamaz.

(3) Üst Kurul üyelerinin seçimi, adayların belirlenerek ilânından sonra on gün içinde yapılır. Siyasî parti grupları tarafından gösterilen adaylar için ayrı ayrı listeler hâlinde birleşik oy pusulası düzenlenir. Adayların adlarının karşısındaki özel yer işaretlenmek suretiyle oy kullanılır. Siyasî parti gruplarının ikinci fıkraya göre belirlenen kontenjanlarından Üst Kurula seçilecek üyelerin sayısından fazla verilen oylar geçersiz sayılır.

(4) Karar yeter sayısı olmak şartıyla seçimde en çok oyu alan boş üyelik sayısı kadar aday seçilmiş olur. Seçim sonucu Resmî Gazetede yayımlanır.

(5) Üst Kurul üyelerinin görev süresi altı yıldır. Üyelerin üçte biri iki yılda bir yenilenir. Üyelerin görev sürelerinin bitiminden iki ay önce; üyeliklerde herhangi bir sebeple boşalma olması hâlinde, boşalma tarihinden veya boşalma tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi tatilde ise tatilin bitiminden itibaren bir ay içinde aynı usulle seçim yapılır. Bu seçimlerde, boşalan üyeliklerin siyasî parti gruplarına dağılımı, ilk seçimde siyasî parti grupları kontenjanından seçilen üye sayısı ve siyasî parti gruplarının hâlihazırdaki oranı dikkate alınmak suretiyle yapılır. Üyeliklerdeki boşalma sebebiyle yapılan seçimlerde seçilen üyeler, yerlerine seçildikleri üyelerin görev süresini tamamlar.

Üst Kurul Başkanı ve Başkan Vekili

MADDE 36 – (1) Üst Kurul üyeleri, seçim sonuçlarının Resmî Gazetede yayımlandığı tarihten itibaren onbeş gün içinde toplanarak kendi aralarından bir Başkan ve bir Başkan Vekili seçer. Başkan ve Başkan Vekilinin görev süreleri iki yıldır. Başkan Vekilliğine seçilen Üst Kurul üyelerinin Başkan Vekilliği görev süresi, Başkanın görevde bulunduğu süreyle sınırlıdır. Herhangi bir şekilde Başkan veya

Başkan Vekilinin üyeliği sona erer veya Başkan veya Başkan Vekilliği boşalırsa, Üst Kurul ilk toplantısında Başkan ve/veya Başkan Vekili için seçim yapar.

(2) Üst Kurul, Başkan tarafından; Başkanın bulunmadığı hâllerde Başkan Vekili tarafından yönetilir ve temsil edilir. Başkan ve Başkan Vekilliğinin aynı anda boşalması durumunda en yaşlı üye Üst Kurula başkanlık eder.

(3) Başkanın görev ve yetkileri şunlardır:

a) Üst Kurul toplantılarının gündemini, gün ve saatini belirlemek, toplantıları idare etmek, gündeme alınmayan başvurular hakkında gerekli işlemleri yapmak ve bunlara ilişkin olarak Üst Kurula bilgi vermek.

b) Üst Kurul kararlarının yayımlanmasını veya tebliğini sağlamak, bu kararların gereğinin yerine getirilmesini temin etmek ve uygulanmasını izlemek.

c) Hizmet birimlerinden gelen önerilere son şeklini vererek Üst Kurula sunmak.

ç) Üst Kurulun belirlediği stratejilere, amaç ve hedeflere uygun olarak, Üst Kurulun yıllık bütçesi ile malî tablolarını hazırlamak.

d) Üst Kurul ile hizmet birimlerinin uyumlu, verimli, disiplinli ve düzenli bir biçimde çalışmasının en üst düzeyde organizasyonu ve koordinasyonunu sağlamak, hizmet birimleri arasında çıkabilecek görev ve yetki sorunlarını çözmek.

e) Yıllık faaliyet raporlarını hazırlamak, amaç ve hedeflere, performans ölçütlerine göre faaliyetlerin değerlendirmesini yaptırmak ve bunları Üst Kurula sunmak.

f) Üst Kurulun faaliyet gösterdiği alanda strateji, politikalar ve ilgili mevzuat ile Üst Kurul ve personelin performans ölçütleri hakkında çalışma ve değerlendirme yapmak.

g) Üst Kurulun diğer kuruluşlarla ilişkilerini yürütmek ve Üst Kurulu temsil etmek.

ğ) Üst Kurul tarafından atanması öngörülenler dışındaki Üst Kurul personelini atamak.

h) Başkan adına imzaya yetkili personelin görev ve yetki alanını belirlemek.

ı) İdarî konulardaki diğer görevleri yerine getirmek.

(4) Başkan, Üst Kurula ilişkin olmayan görev ve yetkilerinden bir bölümünü, sınırlarını açıkça belirlemek ve yazılı olmak kaydıyla, alt kademelere devredebilir.

Görev ve yetkiler

MADDE 37 – (1) Üst Kurulun görev ve yetkileri şunlardır:

a) Yayın hizmetleri alanında ifade ve haber alma özgürlüğünün, düşünce çeşitliliğinin, Rekabet Kurumunun görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla rekabet ortamının ve çoğulculuğun güvence altına alınması, yoğunlaşmanın önlenmesi ve kamu menfaatinin korunması amacıyla gerekli tedbirleri almak.

b) Millî frekans planında karasal radyo ve televizyon yayınları için 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu hükümlerine göre Üst Kurula tahsis edilen frekans bantları çerçevesinde televizyon kanal ve radyo frekans planlamalarını yapmak veya yaptırmak ve uygulamak.

c) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yayın lisansı talebinde bulunabilmeleri için gerekli idarî, malî ve teknik şartları belirlemek ve bu kuruluşlardan şartları sağlayanlara yayın lisansı vermek, denetlemek ve gerektiğinde iptal etmek.

ç) Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, platform, multipleks, altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketinin radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin iletimi faaliyetlerine ilişkin uymaları gereken idarî, malî ve teknik şartları belirlemek, bunlara yayın iletim yetkisi vermek ve gerektiğinde iptal etmek.

d) Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcı kuruluşlardan alınacak yayın lisans ücretleri, karasal ortamdan sunulacak yayın hizmetleri için yıllık televizyon kanal, multipleks kapasitesi ve radyo frekansı kullanım ücretleri ile platform, multipleks, altyapı işletmecileri ve verici tesis ve işletim şirketinden alınacak yayın iletim yetkilendirme ücretini belirlemek.

e) Türkiye Cumhuriyeti topraklarında yerleşik medya hizmet sağlayıcılarının yayın hizmetlerini, bu Kanun hükümlerine ve Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası andlaşmalara uygunluğu açısından izlemek ve denetlemek.

f) Türkiye Cumhuriyeti topraklarında yerleşik olmayan, ancak Türkiye Cumhuriyeti yargı yetkisi altında bulunan medya hizmet sağlayıcılarının yayın hizmetlerinin bu Kanun hükümlerine ve Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası andlaşmalara uygunluğunu gözetmek, gerekli hâllerde diğer devletlerin yetkili kurum ve kuruluşlarıyla işbirliği yapmak.

g) Yayın hizmetlerinin izlenmesi ve denetlenmesi için gerekli izleme ve kayıt sistemlerini, gerekli hâllerde yayıncı kuruluş stüdyolarına da cihaz yerleştirerek kurmak.

ğ) Medya hizmet sağlayıcılarının yayın hizmetlerinde yer verecekleri koruyucu sembol sistemi ile ilgili usul ve esasları belirlemek.

h) Medya hizmet sağlayıcılarının sunduğu yayın hizmetlerinde ve platform, multipleks, altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketinin sunduğu hizmetlerde bu Kanuna ve ilgili diğer mevzuata aykırılık tespit edilmesi veya yayın lisansı şartlarına uyulmaması hâlinde gerekli müeyyideleri uygulamak.

ı) Yayın hizmetlerine ilişkin kamuoyu araştırmaları yapmak veya yaptırmak ve bu araştırmaların sonuçlarını ilgili taraflar ve kamuoyuyla paylaşmak.

i) Yayın hizmetlerinin izlenme ve dinlenme oranı ölçümlerinin yapılmasına ve denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar ile bu usul ve esaslara uymayan şirket ve kuruluşlara uygulanacak müeyyideleri belirlemek.

j) 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla ve bireysel amaçlı iletişim yöntemleri hariç, teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yeni yayın iletim yöntemleri de dâhil olmak üzere yayın hizmetleri ile ilgili düzenlemeler yapmak ve deneme yayını izni vermek.

k) Yayın hizmetleri ile ilgili gelişmeleri takip etmek, sektöre ilişkin genel stratejileri, ortak denetim, özdenetim ve ortak düzenleme mekanizmalarını belirlemek; yayın hizmetlerinin ülkemizde gelişmesini sağlayacak çalışma ve teşviklerde bulunmak; medya hizmet sağlayıcılarının çalışanlarına yönelik eğitim ve sertifika programları düzenlemek ve sertifika vermek.

l) Yayın hizmetleri alanında hazırlanan mevzuat taslakları hakkında görüş bildirmek.

m) Görev alanına giren konularla ilgili ikincil düzenlemeleri yapmak.

n) Dışişleri Bakanlığının ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun görev ve yetkileri saklı kalmak kaydıyla, yayın hizmetleri ile ilgili uluslararası hukuk tüzel kişiliğine sahip kuruluşlar nezdinde ülkemizi temsil etmek; medya hizmet sağlayıcılarının üye olmadığı uluslararası hukuk tüzel kişiliğine sahip olmayan uluslararası kuruluşlarda temsil görevini yerine getirmek ve bu bent gereğince düzenlenen ve uluslararası andlaşma niteliği bulunmayan belgeleri ilgili bakanlık ve kurumların görüşlerini de alarak usulüne göre imzalamak.

o) Üst Kurulun stratejik planını hazırlamak, performans ölçütlerini, amaç ve hedeflerini, hizmet kalite standartlarını belirlemek, insan kaynakları ve çalışma politikalarını oluşturmak.

ö) Özürlülerin ve yaşlıların yayın hizmetlerine ve yeni teknolojilere erişimini kolaylaştırmak amacıyla gerekli tedbirlerin alınmasını teşvik etmek.

p) Taşınmaz alımı, satımı, kiralanması ve tahsisi konularını karara bağlamak.

r) Medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla, başta Millî Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurumları ile işbirliği yapmak.

s) Medya hizmet sağlayıcılardan görevleri kapsamında her türlü bilgi, belge ve kayıtları almak, medya hizmet sağlayıcıları yerinde denetlemek ve lisans şartlarına uymayan cihazları mühürleyerek kapatmak.

ş) Gerekli hâllerde geçici veya belli bir ihtisas gerektiren nitelikteki işler için hizmet satın almak.

t) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü ve Yönetim Kurulu üyeliği için adayları belirlemek.

u) Kurul üyeleri ile Kurum personelinin uyacakları meslekî ve etik ilkeleri belirlemek.

ü) Üst Kurulun ana stratejisi ile amaç ve hedeflerine uygun olarak hazırlanan bütçesini görüşmek ve karara bağlamak.

v) Seferberlik ve savaş ilânı hallerinde görev ve yükümlülükleri yerine getirmek için ihtiyaç duyulan hususları, Milli Savunma Bakanlığı ile koordineli olarak çıkarılacak bir yönetmelikle belirleyerek yayıncı kuruluşlara bildirmek ve bunları denetlemek.

y) Mevzuatla verilen diğer görevleri yapmak.

Yasaklar ve denetim

MADDE 38 – (1) Üst Kurul üyeleri ile üçüncü derece dâhil üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımları, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümleri saklı kalmak kaydıyla, yayın hizmetleri alanında Üst Kurulun görev ve yetki alanına giren konularda herhangi bir taahhüt işine giremez, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlarda veya bu kuruluşların doğrudan veya dolaylı ortaklık bağı bulunan şirketlerde ortak veya yönetici olamazlar.

(2) Üst Kurul üyeleri, aslî görevlerini aksatmayan bilimsel amaçlı eser hazırlama, ders ve konferans verme, jüri ve komisyon üyeliği yapma hariç, resmî veya özel nitelikte hiçbir görev alamaz, özel veya kamu medya hizmet sağlayıcılarının

görev ve yetki alanına giren konularda doğrudan veya dolaylı olarak taraf olamaz ve bu konularda hiçbir maddî menfaat sağlayamaz ve siyasî partiye üye olamaz. Faaliyet alanı sosyal yardım ve eğitimle ilgili olan dernekler ve vakıflarda yürütülen görevler ve kooperatif ortaklıkları bu hükmün dışındadır.

(3) Üst Kurul üyeleri, göreve başlamadan önce mâliki oldukları, Hazine Müsteşarlığı tarafından çıkarılan borçlanmaya ilişkin menkul kıymetler dışındaki, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara ve yayın hizmeti yapan tüzel kişilere veya bunların iştiraklerine ait her türlü hisselerini ya da menkul kıymetlerini üçüncü dereceye kadar kan ve ikinci dereceye kadar kayın hısımları dışındakilere, görev sürelerinin başlamasından itibaren otuz gün içinde satmak veya devretmek suretiyle elden çıkarmak zorundadır.

(4) Üst Kurul üyeleri ve Kurum personeli, Kurumla ilgili gizlilik taşıyan bilgileri ve medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara ve yayın hizmeti yapan gerçek ve tüzel kişilere ait her türlü sırları, görevlerinden ayrılmış olsalar bile açıklayamaz, kendilerinin veya başkalarının menfaatine kullanamaz.

(5) Üst Kurul üyeleri, kendileri veya üçüncü derece dâhil üçüncü dereceye kadar kan ve kayın hısımlarıyla ilgili konularda müzakere ve oylamaya katılamazlar. Bu durum karar metninde ayrıca belirtilir.

(6) Bu maddede belirtilen esaslara aykırı davranan Üst Kurul üyeleri görevlerinden çekilmiş sayılır. Bu husus Üst Kurul tarafından resen veya yapılacak müracaatın değerlendirilmesi sonucunda karara bağlanır ve gereği için Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına bildirilir.

Üst Kurul üyelerinin teminatı, malî ve sosyal hakları

MADDE 39 – (1) Üst Kurul üyelerine Başbakanlık Müsteşarı için belirlenen her türlü ödemeler dâhil malî haklar tutarında aylık ücret ödenir. Başbakanlık Müsteşarına ödenenlerden, vergi ve diğer yasal kesintilere tabi olmayanlar bu Kanuna göre de vergi ve diğer kesintilere tabi olmaz. 14/7/1965 tarihli ve 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu ve diğer mevzuat uyarınca en yüksek Devlet memurunun yararlanmış olduğu sosyal hak ve yardımlardan, Üst Kurul üyeleri de aynı usul ve esaslar çerçevesinde aynen yararlanırlar.

(2) Kamu görevlileri, Üst Kurul üyeliğinde bulundukları görev süresince kurumlarından ücretsiz izinli sayılır ve bu görevde geçirdikleri süreler mesleklerinde geçmiş gibi değerlendirilerek mümtazen terfi etmiş sayılırlar.

(3) Üst Kurul üyeleri, üyelikleri süresince Kuruldaki görevlerinden ve seçilerek geldikleri görevlerinden alınamaz.

(4) Üst Kurul üyeliklerine seçilenler 31/5/2006 tarihli ve 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanununun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında sigortalı sayılır. Üst Kurul Başkan ve üyelerinin sigorta primine esas kazanç tutarları, Başkan ve üyeler için bakanlık müsteşarı esas alınarak belirlenir. Bu görevleri sırasında 5510 sayılı Kanunun geçici 4 üncü maddesi kapsamına girenlerin bu görevde geçen süreleri makam tazminatı ile temsil tazminatı ödenmesi gereken süre olarak değerlendirilir ve emeklilik yönünden Başkan ve üyeler bakanlık müsteşarı için belirlenmiş olan ek gösterge, makam tazminatı ile temsil tazminatından aynı usul ve esaslara göre yararlandırılır.

(5) Sosyal güvenlik kuruluşlarının herhangi birinden emekli aylığı almakta olanlardan Üst Kurul üyeliklerine seçilenlerin, istekleri hâlinde emekli aylıkları kesilir ve sigorta primleri 5510 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında ödenir. Bu şekilde emekli aylıklarını kestirmek suretiyle yeniden sigorta primi ödeyenlerin görev sürelerinin bitiminde emekli aylıkları genel hükümlere göre yeniden belirlenir.

(6) Üst Kurul üyelerinin görevleriyle bağlantılı olarak işledikleri iddia edilen suçlara ilişkin soruşturmalar 2/12/1999 tarihli ve 4483 sayılı Memurlar ve Diğer Kamu Görevlilerinin Yargılanması Hakkında Kanuna göre yapılır ve bunlar hakkında soruşturma izni Başbakan veya görevlendireceği bakan tarafından verilir. 19/10/2005 tarihli ve 5411 sayılı Bankacılık Kanununun 104 üncü maddesinin üçüncü ve dördüncü fıkraları Üst Kurul üyeleri hakkında da uygulanır.

(7) Üst Kurul üyeleri, her yıl ocak ayında Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına mal bildiriminde bulunurlar.

Üst Kurulun çalışma esasları, toplantı ve karar yeter sayısı

MADDE 40 – (1) Üst Kurul, tam gün esasına göre çalışır, haftada en az bir defa olmak üzere, en az beş üyenin hazır bulunması ile toplanır ve en az beş üyenin aynı yöndeki oyuyla karar alır. Çekimser oy kullanılamaz.

(2) Başkanın çağrısı veya üç üyenin birlikte talep etmesi hâlinde Üst Kurul olağanüstü toplantıya çağrılabilir.

(3) Toplantı gündemi Başkan, yokluğunda Başkan Vekili tarafından hazırlanarak, toplantıdan en az bir gün önce Üst Kurul üyelerine bildirilir. Gündeme yeni madde eklenebilmesi için toplantıda bir üyenin öneride bulunması ve önerilen maddenin Üst Kurulca kabul edilmesi gerekir.

(4) Geçerli mazereti olmaksızın üst üste iki, bir ay içerisinde üç defa toplantıya katılmayan Üst Kurul üyeleri üyelikten çekilmiş sayılır. Bu durum, Üst Kurul kararı ile tespit edilir ve Türkiye Büyük Milleti Meclisi Başkanlığına bildirilir.

(5) Üst Kurul toplantılarındaki müzakereler gizlidir ve açıklık kararı alınmadıkça müzakereler açıklanamaz.

(6) İhtiyaç duyulması hâlinde, görüşlerinden yararlanmak üzere ilgili kişiler Üst Kurul toplantısına davet edilebilir. Ancak Üst Kurul kararları toplantıya dışarıdan katılanların yanında alınamaz.

(7) Üst Kurulun gizliliği bulunmayan düzenleyici ve denetleyici nitelikteki kararları uygun vasıtalarla kamuoyuna duyurulur.

Malî kaynaklar ve bütçe

MADDE 41 – (1) Üst Kurulun gelirleri şunlardır:

a) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan alınacak yayın lisansı ücretleri.

b) Karasal ortamdan yayın yapan kamu ve özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan alınacak televizyon kanal, multipleks kapasite ve radyo frekans yıllık kullanım ücretleri.

c) 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri saklı kalmak kaydıyla, yayın hizmetlerinin iletimi faaliyetinde bulunan platform, multipleks ve altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketinden alınacak yayın iletim yetkilendirme ücretleri.

ç) Medya hizmet sağlayıcılarının, program destekleme gelirleri hariç aylık brüt ticarî iletişim gelirlerinden ayrılacak yüzde üç paylar.

d) Gerektiğinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinden alınacak Hazine yardımı.

e) Sair gelirler.

(2) Üst Kurul, gerektiği takdirde her yıl için yapacağı işlerin programını hazırlayarak Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinden bu işler için ayrılmasını talep ettikleri ödenek tutarını Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunar.

(3) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların ticarî iletişim gelirlerinin, aracı kurumların hesaplarıyla birlikte Maliye Bakanlığınca denetlenmesi ile bu gelirlerin beyanına ve birinci fıkranın (ç) bendine göre alınacak payların ödenmesine ilişkin usul ve esaslar, Maliye Bakanlığının görüşü alınarak Üst Kurulca hazırlanacak yönetmelikle düzenlenir.

Gelirlerin tahsili

MADDE 42 – (1) Yayın lisans ücreti ve yayın iletim yetkilendirme ücreti, lisans veya yetki belgesi verilmesini müteakip altı ay içinde eşit taksitlerle alınır.

(2) 41 inci maddenin birinci fıkrasının (b) bendine göre ödenecek televizyon kanal, multipleks kapasitesi ve radyo frekans yıllık kullanım ücreti, her yılın ocak, nisan, temmuz ve ekim aylarında olmak üzere dört eşit taksitte, (ç) bendinde öngörülen ticarî iletişim gelirlerinden ayrılacak paylar, elde edildikleri ayı takip eden üçüncü ayın en geç yirmisinde ilgili medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından ödenir.

(3) **(Değişik Üçüncü Fıkra: 4/7/2012-6353/63 md.)** Medya hizmet sağlayıcıları, her takvim ayı içinde elde ettikleri ticari iletişim gelirlerini, takip eden ayın 20'sine kadar şekil ve içeriğiyle verilme usul ve esasları Üst Kurul tarafından belirlenen beyanname ile beyan ederler. İlgili dönemde gelir elde edilmemiş olsa dahi beyanname verilmesi zorunludur.

(4) **(Ek Dördüncü Fıkra: 4/7/2012-6353/63 md.)** Medya hizmet sağlayıcıları ile ticari iletişim gelirinin elde edilmesine aracılık yapanlar, yasal defter kayıtlarını, Üst Kurul payının hesaplanmasına esas teşkil eden ticari iletişim gelirlerinin doğru tespit edilmesini sağlayacak şekilde düzenlerler. Medya hizmet sağlayıcılar ile ticari iletişim gelirinin elde edilmesine aracılık yapanlar, Üst Kurul payının hesaplanmasına esas teşkil eden ticari iletişim gelirlerinin tespitine ilişkin olarak Üst Kurul tarafından veya Maliye Bakanlığına bağlı vergi incelemesine yetkili elemanlar tarafından incelendikleri hallerde, incelemeyi yapanlarca istenilen bilgileri vermeye ve bunlarla ilgili defter ve belgeleri ibraz etmeye mecburdurlar. Bilgiler yazı ile istenilir ve cevap vermeleri için kendilerine 15 günlük süre verilir. Zor durumda bulunmaları sebebiyle bilgi verme ve ibraz ödevlerini süresi içinde yerine getiremeyecek olanlara, sürenin bitmesinden önce yazı ile istemde bulunulması ve

istemde belirtilen mazeretin kabule layık görülmesi kaydıyla kanuni sürenin bir katını geçmemek üzere ek süre verilebilir.

(5) **(Ek Beşinci Fıkra: 4/7/2012-6353/63 md.)** Üst Kurul tarafından üçüncü fıkra uyarınca verilmesi gereken beyannameyi süresinde vermeyen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar hakkında, beşbin Türk Lirası; dördüncü fıkrasında belirlenen bilgi verme ve ibraz yükümlülüklerini süresi içinde yerine getirmeyen veya eksik yerine getiren medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile ticari iletişim gelirinin elde edilmesine aracılık yapanlar hakkında, onbin Türk Lirası tutarında idari para cezası kesilir. Bu fıkra uyarınca kesilecek ceza, radyo kuruluşları hakkında yüzde elli oranında uygulanır.

(6) **(Ek Altıncı Fıkra: 4/7/2012-6353/63 md.)** Bu Kanunun 41 inci maddesinin birinci fıkrasının (a), (b), (c) ve (ç) bentlerinde yer alan Üst Kurul gelirlerinin süresinde ödenmemesi halinde bu gelirlere 21/7/1953 tarihli ve 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun 51 inci maddesine göre belirlenen gecikme zammı oranında faiz uygulanır.

(7) **(Ek Yedinci Fıkra: 4/7/2012-6353/63 md.)** Üçüncü fıkraya göre beyan edilmesi gereken ticari iletişim gelirlerinin süresinde beyan edilmediği veya eksik beyan edildiğinin tespiti üzerine medya hizmet sağlayıcılarına 30 gün içerisinde Üst Kurul gelirinin ödenmesi bir yazı ile bildirilir. Medya hizmet sağlayıcıları tarafından süresinden sonra beyan edilen Üst Kurul geliri beyan tarihini takip eden 30 gün içerisinde ödenir. Üçüncü fıkraya göre beyan edilmesi gereken Üst Kurul gelirinin süresinde beyan edilmemesi veya eksik beyan edilmesi halinde, beyan edilmesi gerektiği tarihten ödendiği tarihe kadar geçen süreye altıncı fıkra kapsamında faiz uygulanır.

(8) **(Ek Sekizinci Fıkra: 4/7/2012-6353/63 md.)** Süresinde ödenmeyen Üst Kurul gelirleri genel hükümlere göre tahsil edilir.

Üst Kurulun teşkilâtı, personeli ve kadroları

MADDE 43 – (1) Üst Kurulun hizmet birimleri; daire başkanlıkları şeklinde teşkilâtlanmış ana hizmet ve destek hizmet birimleri ile danışma hizmet biriminden oluşur.

(2) Ana hizmet birimleri; İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı, Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Kamuoyu,

Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığıdır. Destek hizmet birimleri; İnsan Kaynakları ve Eğitim Dairesi Başkanlığı, Bilgi Teknolojileri Dairesi Başkanlığı ile İdarî ve Malî İşler Dairesi Başkanlığıdır. Danışma hizmet birimi Hukuk Müşavirliğidir. Başkana bağlı olarak Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği kurulur. İhtiyaç duyulması halinde sayısı beşi geçmemek üzere yayıncılık faaliyetlerinin yoğun olduğu bölge merkezlerinde Üst Kurul kararıyla temsilcilik açılabilir.

(3) Başkana görevlerinde yardımcı olmak üzere iki başkan yardımcısı atanır. Başkan yardımcılarının en az dört yıllık yükseköğrenim mezunu olmaları, Devlet memuriyetinde oniki yıllık meslekî tecrübeye ve Devlet memuriyeti için aranan koşullara sahip olmaları şarttır.

(4) Hukuk, yayıncılık, yönetim ve finans ile iletişim teknolojileri alanlarında ihtiyaca göre sayıları beşi geçmemek üzere başkanlık müşaviri görevlendirilebilir.

(5) Bu Kanun ile Üst Kurula verilen görevlerin gerektirdiği aslî ve sürekli görev ve hizmetler, Üst Kurul uzmanları ile Üst Kurul uzman yardımcılarından oluşan meslek personeli ve idarî personel eliyle yürütülür. Üst Kurul kadrolarına atanacakların, 657 sayılı Kanunun 48 inci maddesinde belirtilen şartları taşımaları gerekir. Söz konusu kadrolara yapılacak atamalara ilişkin diğer hususlar Üst Kurul tarafından çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

(6) Üst Kurul personeli, kadro karşılığı sözleşmeli statüde istihdam edilir, ücret ve malî haklar dışında her türlü hak ve yükümlülükler yönünden 657 sayılı Devlet Memurları Kanununa tabidir. Personelin ücretleri ile diğer malî hakları toplamı, Üst Kurul üyeleri için yapılan ödemelerin toplamını geçmemek üzere kurum içi hiyerarşi de gözetilerek Bakanlar Kurulunca belirlenen esaslar çerçevesinde Üst Kurul tarafından tespit edilir.

(7) Üst Kurul uzman yardımcılığına atanabilmek için; beşinci fıkrada belirtilen şartları taşımak, türleri Üst Kurulca belirlenen en az dört yıllık yükseköğretim kurumlarından mezun olmak, Kamu Personeli Seçme Sınavından Üst Kurul tarafından belirlenen puan türlerinden asgarî puanı almış olmak, Kamu Personeli Seçme Sınavında yabancı dil bölümündeki sorulardan en az yüzde altmışına doğru cevap vermiş olmak veya Kamu Personeli Yabancı Dil Bilgisi Seviye Tespit Sınavından asgarî (D) düzeyinde ya da dil yeterliği bakımından buna denkliği kabul edilen ve uluslararası geçerliliği bulunan başka bir belgeye sahip olmak, yapılacak sınavda başarılı olmak, sınavın yapıldığı yılın ocak ayının ilk gününde

otuz yaşını doldurmamış olmak gerekir. Üst Kurul uzman yardımcılığına atananlar, en az üç yıl çalışmak, her yıl olumlu sicil almak ve istihdam edildikleri birimlerce belirlenecek konularda hazırlayacakları uzmanlık tezinin, oluşturulacak tez jürisi tarafından kabul edilmesi ve Kamu Personeli Yabancı Dil Bilgisi Seviye Tespit Sınavından asgarî (C) düzeyinde veya dil yeterliği bakımından buna denkliği kabul edilen ve uluslararası geçerliliği bulunan başka bir belgeye sahip olmaları kaydıyla yapılacak yeterlik sınavına girmeye hak kazanırlar. Süresi içinde tezlerini sunmayan veya tezleri kabul edilmeyenlere tezlerini sunmaları veya yeni bir tez hazırlamaları için altı ayı aşmamak üzere ilave süre verilir. Yeterlik sınavında başarılı olanların uzman kadrolarına atamaları yapılır. Sınavda başarılı olamayanlar veya sınava girmeye hak kazandığı hâlde geçerli mazereti nedeniyle sınav hakkını kullanamayanlara, bir yıl içinde ikinci kez sınav hakkı verilir. Verilen ilave süre içinde tezlerini sunmayanlar, ikinci defa hazırladıkları tezleri kabul edilmeyenler, yabancı dil yeterlik şartını yerine getirmeyenler ile ikinci sınavda da başarı gösteremeyen veya sınav hakkını kullanmayanlar, uzman yardımcısı unvanını kaybederler ve Üst Kurulda durumlarına uygun kadrolara atanırlar. Uzman yardımcılığından Üst Kurul uzmanlığına atananlara bir defaya mahsus olmak üzere bir derece yükseltilmesi uygulanır.

(8) Üst Kurulun Üst Kurul uzman ve uzman yardımcılarının mesleğe alınmaları, yetiştirilmeleri, yarışma sınavı, tez hazırlama ve yeterlik sınavları, çalışma usul ve esasları ile diğer hususlar Üst Kurul tarafından yönetmelikle belirlenir.

(9) Başkan yardımcıları, I. Hukuk Müşaviri ve daire başkanları Başkanın teklifi üzerine Kurul kararıyla, diğer personel Başkan tarafından atanır.

(10) Üst Kurul personelinin görevleriyle bağlantılı olarak işledikleri iddia edilen suçlara ilişkin soruşturmalar, 4483 sayılı Memurlar ve Diğer Kamu Görevlilerinin Yargılanması Hakkında Kanuna göre yapılır ve bunlar hakkında soruşturma izni Başkan tarafından verilir.

(11) Üst Kurul personeli sosyal güvenlik açısından 5510 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında sigortalı sayılır.

(12) Emeklilik bakımından; başkan yardımcıları bakanlık genel müdürü, daire başkanları bakanlık genel müdür yardımcısı, I. Hukuk Müşaviri bakanlık I. Hukuk Müşaviri, Üst Kurul uzmanları Başbakanlık uzmanı, Başkanlık müşaviri Üst Kurul müşaviri, uzman denetçi bakanlık müşaviri ile denk kabul edilir. Diğer unvanlardaki personele 657 sayılı Kanundaki eşdeğer kadrolara ilişkin hükümler uygulanır.

(13) Üst Kurulun kadroları ekli (I) sayılı cetvelde gösterilmiştir. Anılan cetveldeki toplam kadro sayısı geçilmemek ve anılan cetvelde yer alan kadro unvanları ile 13/12/1983 tarihli ve 190 sayılı Genel Kadro ve Usulü Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin eki cetvellerde yer alan kadro unvanlarıyla sınırlı olmak kaydıyla, dolu kadrolarda derece değişikliği ile boş kadrolarda sınıf, unvan ve derece değişiklikleri Üst Kurul kararıyla yapılır.

ONİKİNCİ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna ilişkin hükümler

MADDE 44 – (1) Yayın hizmetlerinin iletimine ilişkin teknik ve idarî konularda Üst Kurul ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu işbirliği yapar.

(2) Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından elektronik haberleşme hizmetlerini sunmak üzere yetkilendirilen işletmeciler; elektronik haberleşme hizmetlerine ilişkin olarak Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu düzenlemelerine tabidirler. Ancak, bu işletmecilerden yayın hizmetlerinin iletimi için faaliyette bulunmak isteyenler, bu Kanun uyarınca Üst Kuruldan gerekli yayın iletim yetkisini almak ve Üst Kurul düzenlemelerine uymak suretiyle faaliyetlerini yürütebilirler.

(3) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar, yayın hizmetlerinin iletiminde kullandıkları radyolink cihaz ve sistemleri için gereken izinleri, ilgili mevzuat çerçevesinde Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumundan alırlar.

(4) Ulusal ve uluslararası hava ve deniz seyrüsefer sistemlerine radyo ve televizyon sistemlerinden zararlı enterferanslar gelmesi hâlinde, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürmemek amacıyla enterferansa sebep olan vericileri yerinde tespit ederek geçici olarak kapatır ve durumu Üst Kurula bildirir. Üst Kurul bu Kanun çerçevesinde gerekli müeyyideleri ayrıca uygular.

(5) Radyo ve televizyon sistemlerinin diğer bantlarda faaliyet gösteren yayın dışı sistemler tarafından enterferansa maruz kalması hâlinde Üst Kurul, durumu Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna bildirir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Üst Kurulca bildirilen enterferansın giderilmesi için gerekli önlemleri ivedilikle alır.

(6) Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu uluslararası düzenlemeler ve millî frekans planı çerçevesinde Üst Kurulun görüşünü alarak frekans bantlarında değişiklik yapabilir.

(7) Bu Kanunun uygulanması açısından, 4/5/2007 tarihli ve 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun hükümleri saklıdır.

Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun yükümlülüğü

MADDE 45 – (1) 8 inci maddede belirtilen yayın ilkeleri ile bu Kanunun yayın hizmetlerinde ticarî iletişimi düzenleyen hükümleri, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu yayınları hakkında da uygulanır.

(2) Söz konusu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu ihlâlin niteliği açıkça belirtilerek Üst Kurulca uyarılır ve yükümlülüğün gereğinin yerine getirilmesi ilgili Bakanlığa bildirilir.

Sorumluluk ve sorumlu müdür

MADDE 46 – (1) Yayından doğan sorumluluk yayını yöneten veya programı yapanla birlikte sorumlu müdüre aittir. Bu hüküm yayın kuruluşunun bu Kanundan doğan sorumluluklarını ortadan kaldırmaz.

(2) Ancak, şirketi idare ve temsile yetkili kişiler, sorumlu müdürün incelemesinden geçmeden veya rızası hilafına bir yayına karar vermişlerse, bu durumda sorumluluk yayına karar veren söz konusu kişilere geçer.

(3) Özel radyo ve televizyon kuruluşları, sunacakları yayın hizmetlerinin özellik ve önemini değerlendirerek bir veya birden çok sorumlu müdür görevlendirir. Sorumlu müdür veya müdürlerin;

a) Türk vatandaşı olmaları,

b) Ulusal ve bölgesel düzeyde faaliyette bulunan yayın kuruluşlarının sorumlu müdürlerinin yüksek öğrenim mezunu olmaları,

c) Yerleşim yerlerinin Türkiye'de bulunması,

ç) Kamu hizmetlerinden yasaklı olmamaları veya kısıtlı bulunmamaları,

gerekir.

Tebligat ve yetkili mahkemeler

MADDE 47 – (1) Bu Kanun gereğince yapılacak tebligat hakkında 11/2/1959 tarihli ve 7201 sayılı Tebligat Kanunu hükümleri uygulanır.

(2) Medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile platform, multipleks ve altyapı işletmecileri ile verici tesis ve işletim şirketine yönelik olarak yapılacak genel nitelikli duyurular ile 7 nci madde çerçevesindeki bildiriler, Üst Kurulun internet sitesinde yayınlanır. Bu duyurular 7201 sayılı Kanuna göre yapılan tebligat hükmündedir.

(3) Üst Kurul aleyhine açılacak davalarda Ankara idare mahkemeleri yetkilidir.

Yürürlükten kaldırılan ve uygulanmayacak hükümler

MADDE 48 – (1) 13/4/1994 tarihli ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun yürürlükten kaldırılmıştır.

(2) 7/11/1996 tarihli ve 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun dışında, diğer kanunlarda medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara zorunlu yayın yükümlülüğü getiren hükümler uygulanmaz.

Üst Kurul üyeleri ve personele dair geçiş hükümleri

GEÇİCİ MADDE 1 – (1) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten önce Üst Kurul üyeliğine seçilen ve bu görevleri devam etmekte olanlardan halen 5510 sayılı Kanunun geçici 4 üncü maddesi kapsamına girmeksizin sigorta primi ödemekte olanlar, 5510 sayılı Kanunun kamu personeli için uygulanmaya başlandığı 15/10/2008 tarihinden daha önceki bir tarihi geçmemek kaydıyla, Üst Kurul üyesi olarak göreve başladıkları tarihi takip eden ay başından itibaren geçen hizmet süreleri itibarıyla 5510 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında sigortalı kabul edilirler. Bu süreye ait emekli keseneği veya sigorta primi çalışan payı farkları kendileri tarafından, kurum karşılığı veya sigorta primi işveren payı farkları Üst Kurul tarafından ödenir. Sigortalı hizmet sürelerinin birleştirilerek aylık bağlanmasında, ilgisine göre mülga 24/5/1983 tarihli ve 2829 sayılı Sosyal Güvenlik Kurumlarına Tabi Olarak Geçen Hizmetlerin Birleştirilmesi Hakkında Kanun veya 5510 sayılı Kanun hükümleri uygulanır. Sosyal güvenlik kuruluşlarının herhangi birinden emekli aylığı almakta iken Üst Kurul üyeliğine seçilen ve halen görevde olanların, istekleri halinde emekli aylıkları kesilir ve sigorta primleri 5510 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi kapsamında ödenir ve bunların emekli aylıklarının yeniden bağlanarak emekli aylığı tutarlarının belirlenmesinde genel hükümlere göre işlem yapılır.

(2) Bu Kanun yürürlüğe girdiği tarihte Üst Kurul üyesi olanların üyelikleri, üyelerin üçte birinin iki yılda bir yenilenmesi saklı kalmak kaydıyla, görev sürelerinin sonuna kadar devam eder.

(3) Bu Kanunla yapılan yeni düzenlemeler nedeniyle kadro ve görev unvanı değişmeyenlerden bu Kanunda öngörülen eğitim şartlarını taşıyanlar başka bir işleme gerek kalmaksızın durumlarına uygun aynı unvanlı kadrolara atanmış sayılır. Kadro ve görev unvanları değişen yahut kaldırılan veya anılan kadrolar için aranan eğitim şartlarını taşımayan personelden; Teftiş Kurulu Başkanı, Genel Sekreter, Daire Başkanı ve Bölge Müdürü kadrolarında bulunanlar Üst Kurul Müşaviri kadrolarına, Başmüfettiş ve bölge müdür yardımcısı kadrolarında bulunanlar uzman denetçi kadrolarına, başka bir işleme ve tebligata gerek kalmaksızın bu Kanunun yayımı tarihinde atanmış sayılır; diğerleri Başkan tarafından üç ay içinde Üst Kurulda durumlarına uygun kadrolara atanırlar. Bunlar atama işlemi yapılıncaya kadar Başkan tarafından ihtiyaç duyulan işlerde görevlendirilebilirler. Bunlar, yeni bir kadroya atanıncaya kadar, eski kadrolarına ait ücret ve diğer mali haklarını almaya devam ederler. Söz konusu personelin, atandıkları yeni kadroların aylık, ek gösterge, sözleşme ücreti, bir aya isabet eden ikramiye, her türlü zam ve tazminatlar (fazla çalışma ücreti hariç) diğer malî hakları toplam net tutarının, atandıkları tarih itibarıyla eski kadrolarına ilişkin olarak en son ayda aldıkları aylık, ek gösterge, sözleşme ücreti, bir aya isabet eden ikramiye, her türlü zam ve tazminatlar (fazla çalışma ücreti hariç) diğer malî hakları toplam net tutarından az olması hâlinde, aradaki fark, atandıkları kadrolarda kaldıkları sürece, herhangi bir vergi ve kesintiye tabi tutulmaksızın ve farklılık giderilinceye kadar kendilerine tazminat olarak ödenir.

(4) Bu Kanunun yayımı tarihinden sonra 43 üncü maddenin altıncı fıkrasına göre Üst Kurul kadrolarında bulunan personel için belirlenecek ücretler ile diğer malî haklar toplamının, bu Kanunun yayımı tarihinden önceki en son ayda Üst Kurul kadroları için belirlenmiş olan aylık, ek gösterge, sözleşme ücreti, bir aya isabet eden ikramiye, her türlü zam ve tazminatlar ile fazla çalışma ücreti hariç diğer malî haklar toplamı net tutarından daha az olması hâlinde, aradaki fark söz konusu personele, kadrolarında kaldıkları sürece, herhangi bir vergi ve kesintiye tabi tutulmaksızın ve farklılık giderilinceye kadar tazminat olarak ödenir.

(5) Üst Kurul müşaviri ve uzman denetçi kadrosunda bulunanlar, Üst Kurulda Başkan tarafından uygun görülen birim ve işlerde görevlendirilirler. Bu Kanunun

yayımı tarihinden itibaren Üst Kurulda yeni Üst Kurul müşaviri ve uzman denetçi ataması yapılmaz ve bu kadrolarda herhangi bir şekilde boşalma olması hâlinde, anılan kadrolar herhangi bir işleme gerek kalmaksızın iptal edilmiş sayılır.

(6) Üst Kurul uzmanı ve Üst Kurul uzman yardımcısı kadrolarından teknik hizmetler sınıfında bulunanların hizmet sınıfı, genel idare hizmetleri olarak değiştirilmiştir.

(7) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte Üst Kurulda görev yapmakta olan personel, bu Kanunun yayımı tarihinden önce yararlanmakta olduğu ek göstergelerden kazanılmış hak olarak yararlanmaya devam eder.

(8) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte Üst Kurulda görev yapan personelden;

a) Fakülte veya dört yıllık yüksekokul mezunu olan,

b) Üst Kurulda beş yıllık hizmet süresini tamamlayan,

c) Son üç yıllık sicil not ortalaması seksen ve üzerinde olan,

d) Kamu Personeli Yabancı Dil Bilgisi Seviye Tespit Sınavından en az (D) düzeyinde puanı olan veya Üniversitelerarası Kurul Yabancı Dil Sınavından en az 60 puanı olan veya dil yeterliği bakımından buna denk kabul edilen ve uluslararası geçerliliği bulunan bir belgeye sahip olan,

e) Hazırlayacakları tez, bu Kanunun 43 üncü maddesinin yedinci fıkrasına göre kabul edilen veya doktora yapan ve Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren en geç üç yıl içinde aynı fıkraya göre yapılacak yeterlik sınavında başarılı olanlar,

Üst Kurul uzmanlığı kadrosuna atanabilirler.

Yönetmelikler

GEÇİCİ MADDE 2 – (1) Bu Kanun uyarınca yürürlüğe konulması gereken yönetmelikler, bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren altı ay içinde Üst Kurulca hazırlanır ve Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe konulur. Bu yönetmelikler yürürlüğe konuluncaya kadar mevcut düzenleyici işlemlerin bu Kanuna aykırı olmayan hükümlerinin uygulanmasına devam edilir.

Lisans sahibi kuruluşlar

GEÇİCİ MADDE 3 – (1) Bu Kanunun yayımı tarihinden önce kablo ve uydu ortamından yayın yapmak üzere yayın lisansı almış olan kuruluşların hakları lisans süresi sonuna kadar geçerlidir.

(2) Bu Kanunun yayımı tarihinde uydu ve kablo yayın lisansına sahip olan radyo ve televizyon yayın kuruluşları altı ay içinde durumlarını bu Kanun hükümlerine uygun hâle getirirler.

Kanal ve frekanslarla ilgili geçiş hükümleri

GEÇİCİ MADDE 4 – (1) Üst Kurulca sıralama ihalesi yapılıp, karasal yayın lisansları verilene kadar geçecek süre içerisinde, sadece 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun geçici 6 ncı maddesi uyarınca karasal ortamda yayında olan radyo ve televizyon kuruluşları, Üst Kurulca yayın yapmalarına müsaade edilmiş olan yerleşim yerleri ile sınırlı olmak kaydıyla, yayınlarına devam ederler. Bu kuruluşlardan, 41 inci maddenin birinci fıkrasının (b) bendinde belirtilen kanal ve frekans yıllık kullanım bedeli, bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren tahsil edilir. Kanal ve frekans kullanım bedelini 42 nci maddeye göre ödemeyen veya karasal yayın lisansları için sıralama ihalesinin yapılmasının ardından tahsise hak kazanmayan kuruluşların karasal yayınları bir ay içinde Üst Kurulca durdurulur. Sıralama ihalesinde tahsise hak kazanan kuruluşların yayınları Üst Kurulca belirlenen takvimde, daha önce yayın yaptıkları kanal ve frekanslardan, tahsis edilen kanal, multipleks kapasitesi ve frekanslara taşınır.

(2) Bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren en geç iki yıl içinde Üst Kurulca karasal yayın lisanslarının verilmesi amacıyla sayısal televizyon multipleks kapasitesi sıralama ihalesi yapılır. Sıralama ihalesinde karasal sayısal televizyon multipleks kapasitesi tahsisine hak kazanan kuruluşlardan bir bölümüne, ihaledeki sıraları ve analog kanal kapasitesi dikkate alınarak en fazla iki yıl süreyle sayısal yayının yanı sıra analog televizyon yayını yapmalarına da imkân tanınır. Tahsisi müteakip en geç iki yıllık süre sonunda analog karasal televizyon yayınları ülke genelinde tümüyle sonlandırılır ve analog karasal televizyon yayınları durdurulur. Radyo yayınları için sıralama ihalesi, analog televizyon yayınlarının kapatılmasının ardından altı ay içinde yapılır. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu da kendisine yapılan tahsisler çerçevesinde ve Üst Kurulca verilen süre içinde karasal radyo ve televizyon yayınlarını eski kullandığı kanal ve frekanslardan tahsis edilen kanal, multipleks kapasitesi ve frekanslara taşır.

(3) Bu madde uyarınca Üst Kurulca yayınları durdurulan kuruluşların yayınlarına izinsiz olarak devam etmeleri durumunda bu kuruluşlar hakkında, 33 üncü maddenin birinci fıkrası uyarınca işlem yapılır.

(4) Karasal yayın lisanslarının verilmesinin ardından mevcut verici tesisleri özel medya hizmet sağlayıcılar tarafından kaldırılır veya tarafların mutabık kalacakları bir bedel karşılığında verici tesis ve işletim şirketine devredilir. Verici tesis ve işletim şirketi tarafından devralınmayan verici tesisleri Üst Kurulca yapılacak uyarının ardından üç ay içinde kaldırılır. Verilen süre içinde kaldırılmayan ve faaliyetine devam eden verici tesisleri Üst Kurulca mühürlenerek kapatılır.

(5) Frekans planları ve uygulama takvimi bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren bir yıl içinde hazırlanır.

(6) Üst Kurula tahsis edilen frekans bantları dışındaki frekans bantları, sayısal yayına geçişin tamamlanmasını takiben Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun talebi çerçevesinde Üst Kurul tarafından boşaltılır.

Müeyyideler

GEÇİCİ MADDE 5 – (1) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten önce Üst Kurul tarafından yayıncı kuruluşlara uygulanan müeyyideler tekerrüre esas alınmaz.

Atıflar

GEÇİCİ MADDE 6 – (1) Mevzuatta 3984 sayılı Kanuna yapılan atıflar bu Kanunun ilgili hükümlerine yapılmış sayılır.

Bazı maddelerin uygulanması

GEÇİCİ MADDE 7 – (1) 15 inci maddede yer alan hükümler, Türkiye Cumhuriyetinin Avrupa Birliğine tam üye olduğu tarihten itibaren uygulanır. 19 uncu maddenin birinci fıkrasının (f) bendi, Türkiye Cumhuriyetinin Avrupa Birliğine tam üye olduğu tarihten itibaren Avrupa Birliğine üye ülkeler için uygulanmaz.

GEÇİCİ MADDE 8 – (1) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personeli, Başbakanlık Merkez Teşkilatında çalışan personelin aylık ücretleri dışında yararlandığı fazla çalışma ücreti ve benzeri diğer mali haklardan Genel Müdürün teklifi ve Üst Kurulun onayı ile aynen yararlanır. Ayrıca, Kurumda çalıştırılan personelin kadro iptal ve ihdasları, sayısı, ücretleri, kadrolara uygulanacak ek göstergeler, personele sağlanacak sosyal yardımlar, Kurum Genel Müdürünün teklifi üzerine Üst Kurul tarafından belirlenir.

(2) 11/11/1983 tarihli ve 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu ile mülga Radyo ve Televizyon Yüksek Kuruluna verilen görevler, Kurum Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu üyelerinin atanmasına ilişkin olanlar hariç olmak üzere Kurum Yönetim Kuruluna devredilir.

Yürürlük

MADDE 49 – (1) Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

MADDE 50 – (1) Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

EK 5:

2954 SAYILI TÜRKİYE RADYO VE TELEVİZYON KANUNU[169]

TÜRKİYE RADYO VE TELEVİZYON KANUNU[170]

Kanun No : 2954 Tarih: 11/11/1983 R.G.: 14/11/1983 Sayı: 18221

BİRİNCİ KISIM

Genel Hükümler

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam ve Tanımlar

Amaç:

Madde 1- (Değişik: 11/6/2008 - 5767/1 md.) Bu Kanunun amacı, radyo ve televizyon ile tüm medya araçlarından yapılan yayınların düzenlenmesine ve özerkliği ve tarafsızlığı Anayasada hükme bağlanan Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun kuruluş, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin esas ve usulleri belirlemektir.

Kapsam:

Madde 2- Bu Kanun, her türlü teknik, usul ve araçlarla ve her ne isim altında olursa olsun elektromanyetik dalga yoluyla yurt içine ve yurt dışına yapılan radyodifüzyon ve televizyon yayınları ile ilgili hususları kapsar.

169 5767 sayılı kanun ile yapılan son değişikliğiyle…

170 *Bu Kanun'un Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu'na ilişkin hükümleri 13/4/1994 tarih ve 3984 sayılı Kanunun 36 ncı maddesi ile yürürlükten kaldırılmış; Yüksek Kurulun Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu üyelerinin atanmasına ilişkin yetkileri Üst Kurula, Üst Kurula geçenler dışındaki diğer yetkileri Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Yönetim Kuruluna devredilmiştir.*

Tanımlar:

Madde 3- Bu Kanunda geçen deyimlerden:

a) Radyodifüzyon (Radyo yayını): Elektromanyetik dalgalar yoluyla halkın doğrudan alması maksadıyla yapılan ses yayınlarını,

b)Televizyon yayını: Elektromanyetik dalgalar yoluyla halkın doğrudan alması maksadıyla yapılan, hareketli veya sabit resimlerin sesli veya sessiz kalıcı olmayan yayınını,

c) Elektromanyetik dalga: Boşlukta veya kablo, cam iletken ve benzeri bir fiziki ortamda ışık hızı ile yayılan, suni olarak üretilmiş elektrik ve manyetik özellikleri olan dalgayı,

d) Radyo ve televizyon verici istasyonu: Radyo ve televizyon yayını yapmak üzere donatılmış her türlü hareketli veya sabit tesisi,

e) Kablo televizyon: Televizyon yayınının kablo, cam iletken ve benzeri bir fiziki ortam üzerinden halkın alması maksadıyla abonelere ulaştırıldığı yayın türünü,

f) Kapalı devre televizyon sistemi: Televizyon yayını dışında eğitim, öğretim, güvenlik ve turizm gibi belirli amaçlar için bir bina dahilinde veya birbiri ile ilişkili binalar grubunda kullanılan kablo televizyonu,

g) Radyo alıcısı: Radyo yayınlarını almaya veya alıp kaydetmeye ve dinletmeye yarayan cihazları,

h) Televizyon alıcısı: Televizyon yayınlarını almaya ve seyrettirmeye yarayan cihazları,

i) Video: Televizyon yayınlarını alıp, kaydetmeye ve bir ekran vasıtasıyla seyretmeye yarayan cihazları,

j) **(Değişik : 4/12/1984 - 3093/9 md.)** Birleşik cihaz: Radyo ve Televizyon alıcısını veya televizyon alıcısını ve videoyu veya radyo, televizyon alıcısı ve videoyu ihtiva eden cihazlar ile müzik setleri ve benzerlerini.

İfade eder.

İKİNCİ BÖLÜM
Temel İlkeler ve Yayın Esasları

Temel ilkeler:

Madde 4 – Radyo ve televizyon istasyonlarının kurulması, işletilmesi, idareleri ve yayınlarının düzenlenmesine ilişkin temel ilkeler şunlardır:

a) Radyo ve televizyon (...)[171] yayınlarının düzenlenmesi ile yurt içine ve yurt dışına yayın yapılması, Devletin tekelindedir. Bu tekel, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu tarafından kullanılır. Ancak, bu Kanunda belirtilen esaslara uygun yayın yapmak şartıyla polis ve meteoroloji teşkilatlarının devamlı ikaz ve duyuru maksadıyla radyo istasyonu kurmaları, sürekli ve kesintili radyo yayını yapmaları, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun iznine tabidir.

b) Radyo ve televizyon yayınlarının dinleyici ve izleyiciye seçme hakkı tanıyacak şekilde birden fazla kanaldan ve bütün yurt sathına yapılması esastır.

c) **(Mülga : 12/1/1989 - 3517/7 Md.)**

d) **(Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)**

e) **(Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)**

f) Her türlü radyo ve televizyon yayını için frekans planlama, tahsis ve tescil işlemleri 5 Nisan 1983 tarih ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine tabidir.

Yayın esasları:

Madde 5- Genel yayın esasları şunlardır:

a) Anayasanın sözüne ve ruhuna bağlı olmak; Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü, milli egemenliği, Cumhuriyeti, kamu düzenini, genel asayişi, kamu yararını korumak ve kollamak,

b) Atatürk ilke ve inkılâplarını kökleştirmek, Türkiye Cumhuriyetinin çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkmasını öngören milli hedeflere ulaşmayı gerçekleştirmek,

c) Devletin milli güvenlik siyasetinin, milli ve ekonomik menfaatlerinin gereklerine uymak,

d) Devletin bir kişi veya zümre tarafından yönetilmesini veya sosyal bir sınıfın diğer sosyal sınıflar üzerinde egemenliğini sağlamak yahut Devleti ve Devlet otoritesini ortadan kaldırmak veya dil, ırk, din ve mezhep ayırımı yaratmak yahut sair herhangi bir yoldan bu kavramlara ve görüşlere dayanan bir Devlet düzeni kurmak amacı güden rejim ve ideolojilerin propagandasına yer vermemek,

e) Genel ahlakın gereklerini, milli gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek,

171 Bu bentte geçen “verici istasyonlarının kurulması, işletilmesi”, ibaresi 12/1/1989 tarih ve 3517 sayılı Kanunun 7 nci maddesi ile yürürlükten kaldırılmış; daha sonra mezkur madde Anayasa Mahkemesinin 18/5/1990 tarih ve E. 1989/9, K. 1990/8 sayılı Kararıyla iptal edilmiştir.

f) Türk milli eğitiminin temel görüş, amaç ve ilkelerine uymak,

g) Kolayca anlaşılabilir, doğru, temiz ve güzel bir Türkçe kullanmak,

h) Toplumun beden ve ruh sağlığına zarar verecek hususlara yer vermemek,

i) Karamsarlık, umutsuzluk, kargaşa, dehşet, saldırganlık gibi olumsuz duygular uyandırmak ve telkin etmek amacına yönelik yayın yapmamak,

j) Kişilerin özel hayatlarına, şeref ve haysiyetlerine saygılı olmak ve dürüstlük anlayışına bağlı kalmak,

k) Haberlerin toplanması, seçilmesi ve yayınlanmasında tarafsızlık, doğruluk ve çabukluk ilkeleri ile çağdaş habercilik teknik ve metotlarına bağlı olmak,

l) Haberler ile yorumları ayırmak ve yorumların kaynaklarını açıklamak,

m) Kamuoyunun sağlıklı ve serbestçe oluşabilmesi için kamuoyunu ilgilendirecek konularda yeterli yayın yapmak; tek yönlü, taraf tutan yayın yapmamak ve bir siyasi partinin, grubun, çıkar çevresinin, inanç veya düşüncenin menfaatlerine alet olmamak.

İKİNCİ KISIM

Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu

Madde 6,7- (Mülga:13/4/1994-3984/36 md.)

ÜÇÜNCÜ KISIM

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu

BİRİNCİ BÖLÜM

Kuruluş ve Görevler

Kuruluş:

Madde 8– Tarafsız bir kamu tüzel kişiliğine sahip Türkiye Radyo -Televizyon Kurumu kurulmuştur. Kısa adı TRT'dir. Merkezi Ankara'dadır.

Bu Kanundaki özel hükümler ile düzenlenen hususlar dışında kalan konularda Kurum hakkında kamu iktisadi kuruluşlarına uygulanan genel hükümler uygulanır.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu Hükümet ile ilişkilerini Başbakan aracılığıyla yürütür.

Görevler:

Madde 9– Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun görevleri şunlardır:

a) **(Değişik : 12/1/1989 - 3517/6 md.; İptal: Ana. Mah.nin 18/5/1990 tarih ve E. 1989/9, K. 1990/8 sayılı Kararıyla.; Yeniden düzenleme: 6/7/1999-4397/2 md.)** Radyo ve televizyon yayınları yapmak ve bu amaçla radyo ve televizyon verici istasyonları, program iletim sistemleri ve stüdyo tesisleri kurmak, geliştirmek, radyo ve televizyon yayınları alanında ek gelir temin edecek düzenlemeler yapmak ve faaliyette bulunmak,

b) Radyo ve televizyon yayınları için haber toplama ve program yayın ve yapımı maksatlarıyla gerekli birimleri oluşturmak,

c) **(Değişik: 11/6/2008-5767/2 md.)** Bu Kanun çerçevesinde; Türkiye sınırları içinde yayın yapan yerel, bölgesel, ulusal radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile sözleşme, anlaşma ve protokoller imza etmek; ayrıca Başbakanlığın onayını alarak gerektiğinde uluslararası radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile anlaşma, sözleşme ve protokoller imza etmek,

d) (...)[172] Tesislerde kullanılacak alet ve cihazlar ile ilgili araştırmalar yapmak veya yaptırmak, bunların onarım ve bakımlarını yapmak veya yaptırmak ve gerekli hallerde işletme için zorunlu olan alet ve cihazları imal etmek veya ettirmek,

e) Yurt içine yapılacak; haber, kültür, bilim, sanat, eğlence ve benzeri türlerde eğitici, aydınlatıcı ve eğlendirici nitelikte her türlü yayınlarla

1. Atatürk ilke ve inkılaplarının kökleşmesine, Türkiye Cumhuriyetinin çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkmasını öngören milli hedeflerin gerçekleşmesine,

2. Devletin varlık ve bağımsızlığının, ülkenin ve milletin bölünmez bütünlüğünün, toplumun huzurunun, milli dayanışma ve adalet anlayışı içinde, insan haklarına saygılı ve Atatürk Milliyetçiliğine dayanan demokratik, laik ve sosyal hukuk devleti niteliklerinin korunmasına ve güçlendirilmesine,

3. Milli eğitim ve milli kültürün geliştirilmesine,

172 Bu bendin başındaki "İstasyon ve", ibaresi 12/1/1989 tarih ve 3517 sayılı Kanunun 7 nci maddesi ile yürürlükten kaldırılmış daha sonra mezkur madde Anayasa Mahkemesinin 18/5/1990 tarih ve E. 1989/9, K. 1990/8 sayılı Kararıyla iptal edilmiştir.

4. Devletin milli güvenlik siyasetinin, milli ve ekonomik menfaatlerinin korunmasına,

5. Kamuoyunun Anayasa ilkeleri doğrultusunda serbestçe ve sağlıklı bir şekilde oluşmasına,

yardımcı olmak.

f) Yurt dışına yapılacak yayınlarla:

1. Devletin her alanda tanıtılmasına,

2. Yurt dışında bulunan Türk vatandaşlarının Türkiye Cumhuriyeti ile ilişkilerinin sürdürülmesine,

yardımcı olmak.

İKİNCİ BÖLÜM

Organların Teşkili ve Görevler

Organlar:

Madde 10- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun organları şunlardır:

a) Yönetim Kurulu,

b) Genel Müdürlük,

c) **(Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)**

Yönetim Kurulu:

Madde 11– (Değişik birinci fıkra: 11/6/2008-5767/3 md.) Kurumun en yüksek karar ve yönetim organı olan Yönetim Kurulu; Genel Müdür, Bakanlar Kurulu tarafından genel müdür yardımcıları arasından atanan iki üye ile elektronik veya kitle iletişimi alanlarında bir; hukuk alanından bir; işletme, iktisat veya maliye alanlarından bir ve sanat veya kültür alanlarından bir kişi olmak üzere, bu alanlarda temayüz etmiş kişiler arasından seçilen ve atanan dört üyeden oluşur. Dışarıdan seçilen yönetim kurulu üyeleri; Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından her bir alandan teklif edilen iki kat aday arasından Bakanlar Kurulu kararı ile atanır.

Genel Müdür Yönetim Kurulunun başkanıdır. Yönetim Kurulu ilk toplantısında bir başkan yardımcısı seçer.

(Değişik üçüncü fıkra: 11/6/2008-5767/3 md.) Yönetim Kurulu üyeliği dört yıldır. Süresi biten üyeler ile herhangi bir sebeple Yönetim Kurulundan ayrılanların yerine yeniden atama yapılır. Süreleri sona eren üyelerin yeniden atanmaları mümkündür. Herhangi bir sebeple üyeliğin normal süreden önce sona ermesi halinde aynı usulle yenisi dört yıllığına atanır. Yeni atanan üye göreve başlayıncaya kadar mevcut üyenin görevi devam eder. Bir yıl içinde mazeretsiz iki toplantıya katılmayanların üyeliği kendiliğinden sona erer. Bakanlar Kurulu tarafından atanan genel müdür yardımcısı üyeler gerektiğinde Bakanlar Kurulu tarafından değiştirilebilir.

Yönetim Kurulu en az beş üyenin katılmasıyla toplanır ve kararlarını en az dört üyenin oyu ile alır. Çekimser oy kullanılamaz. Yönetim Kurulu en az onbeş günde bir defa toplanır. Yönetim Kurulunun çalışma esasları bir yönetmelikle düzenlenir.

Yönetim Kurulu üyeleri, Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun görev ve yetkilerine giren konularda doğrudan doğruya veya dolayısıyla taraf olamaz ve bu konularda hiçbir menfaat sağlayamaz, siyasi partilere üye olamazlar.

Yönetim Kurulu üyelerine verilecek ücretler, Bakanlar Kurulu kararnamesi ile tespit edilir.

Görevler:

Madde 12 – Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu Yönetim Kurulunun görevleri şunlardır:

a) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun program, yayın, teknik, personel, idari, mali ve her türlü hizmetlerine dair temel ilkeleri ve hedefleri tespit etmek ve bunlarla ilgili kararları almak,

b) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun bütçesini, bilançosunu, kadrosunu karara bağlamak,

c) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun her seviyedeki teşkilat değişikliklerine ait Genel Müdürün tekliflerini inceleyerek, uygun görülenleri Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun onayına sunmak.

d) Genel Müdürlükçe hazırlanacak yönetmelik tasarıları hakkında karar vermek,

e) Yıllık genel yayın planını karara bağlamak,

f) Alınan kararların uygulanışını Yönetim Kurulu toplantılarında, Yönetim Kurulu Başkanının vereceği bilgilerle takip ve kontrol etmek,

g) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun hizmetlerinin geliştirilmesini sağlayacak tedbirleri almak,

h) **(Mülga : 12/1/1989 - 3517/7 md.)**

i) Genel Müdürlükçe gerekli görülecek konularda kararlar almak,

j) Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunca hazırlanan yayın değerlendirme raporları ile Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulunca hazırlanan yıllık ve ara raporları inceleyerek düzeltici ve geliştirici tedbirleri almak,

k) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu ile ilgili ve başka mercie bırakılmamış konularda karar almak,

l) Bu Kanunda belirtilen başkaca görevleri yerine getirmek.

Kurum Genel Müdürlüğü:

Madde 13 – (Değişik birinci fıkra: 5/12/1990 - 3687/1 md.) Genel Müdür, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu tarafından teklif edilen üç aday arasından Bakanlar Kurulu Kararı ile atanır ve kendisine Başbakanlık Müsteşarının almakta olduğu aylık veya sözleşme ücreti (ikramiye dahil) ödenir. Aylık ödemelerinde ek gösterge, kıdem ve taban aylıkları ile sosyal yardım, zam ve tazminatlar esas alınır.

Genel Müdürün görev süresi dört yıldır. Süre sonunda yeniden atanabilir.

Genel Müdür, milli güvenliğin ve kamu düzeninin gerekli kıldığı, Devlet memuru olma niteliğini yitirdiği, ağır hizmet kusuru işlediği veya tarafsızlığın ihlal edildiği hallerde, bu hallerin gerekçeli olarak belirtilmesi suretiyle ve Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun teklifi ve Bakanlar Kurulu kararı ile görevden alınır.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, Genel Müdür tarafından temsil olunur ve yönetilir.

Genel Müdür ve Genel Müdür yardımcılarında aranacak şartlar ve nitelikler şunlardır:

a) Yükseköğretim mezunu olmak,

b) **(Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)**

c) **(Değişik: 11/6/2008 - 5767/4 md.)** Kamu kurum ve kuruluşlarında veya temayüz ettiği televizyon, radyo, haberleşme, bilgisayar, telekomünikasyon, elektronik, kitle iletişimi, hukuk, işletme, iktisat, maliye, sanat veya kültür alanında en az oniki yıl hizmeti bulunmak,

d) Atanmadan önceki son üç yıl içerisinde herhangi bir siyasi partiye üye veya herhangi bir siyasi partiden aday olmamak,

e) Devlet memuru olmak için aranan şartlara sahip olmak.

(Değişik altıncı fıkra: 11/6/2008-5767/4 md.) Genel Müdür yardımcılarından birisinin; elektronik, elektrik-elektronik, elektronik ve haberleşme, bilgisayar, telekomünikasyon mühendisliği veya radyo ve televizyon ile ilgili mühendislik dallarının birinden mezun olması zorunludur.

(Değişik yedinci fıkra: 11/6/2008-5767/4 md.) Genel Müdürün herhangi bir sebeple geçici süre ile görevde bulunmaması halinde uygun göreceği genel müdür yardımcısı kendisine vekalet eder. İstifa, ölüm, görevden alınma veya başka bir sebeple Genel Müdürlük makamının boşalması halinde ise yerine atama yapılıncaya kadar, yönetim kurulu üyesi genel müdür yardımcılarından bu hizmette daha kıdemli olanı, kıdemde eşitlik olması halinde ise yaşlı olanı Genel Müdüre vekâlet eder.

Madde 14 – (Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)

Danışma kurulları:

Madde 15- Yönetim Kurulu veya Genel Müdür tarafından Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun bu Kanunda belirtilen görevleri çerçevesinde; radyo ve televizyon yayınları hakkında kamuoyunun düşünce ve dileklerini tespit etmek, ilmi veya teknik araştırmalar yaptırmak veya lüzumlu görülecek konularda özel ihtisaslarından yararlanmak maksadıyla geçici danışma kurulları teşkil edilebilir.

Danışma kurullarının teşkili, mensuplarının nicelik ve nitelikleri, çalışma usul ve esasları ve mali hususlar yönetmelikle belirlenir.

Milli güvenliğe ilişkin danışmanlık, Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği tarafından sağlanır.

Teşkilat:

Madde 16- (Değişik birinci fıkra: 11/6/2008-5767/5 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu; Genel Müdür, dört Genel Müdür Yardımcısı, Hukuk Müşavirliği, Teftiş Kurulu Başkanlığı, Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Genel Sekreterlik, Özel Kalem Müdürlüğü ile Televizyon, Radyo, Haber ve Spor Yayınları, Dış Yayınlar, Dış İlişkiler, Müzik, Arşiv, Strateji Geliştirme, Bilgi Teknolojileri, Stüdyolar ve Program İletim Sistemleri, Verici İşletmeleri, Muhasebe ve

Finansman, Satınalma, İnsan Kaynakları, Eğitim, Reklam-Tasarım-Tanıtım ve Destek Hizmetleri daire başkanlıklarından oluşur. Dairelerin Genel Müdür Yardımcılarına olan bağlantıları Genel Müdürün teklifi ile Yönetim Kurulu tarafından belirlenir.

(Değişik ikinci fıkra: 11/6/2008-5767/5 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun taşra teşkilatı; Genel Müdürlüğe bağlı müdürlükler ve haber bürolarından oluşur. Kurum, yurt dışında büro açabilir, bu bürolarda personel çalıştırabilir.

Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun her seviyedeki teşkilatlanma değişikliği (lağv, tensik, yeni kuruluş), Genel Müdürün teklifi, Yönetim Kurulunun tasvibi ve Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun onayı ile yapılır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Yayınların Düzenlenmesi

Yayın türlerinin dengelenmesi:

Madde 17– Radyo ve Televizyon yayınları mümkün olduğu kadar çeşitli konulara yer verecek şekilde ve yayın görevlerinin yerine getirilmesi esas alınarak düzenlenir.

Hükümet bildiri ve konuşmaları:

Madde 18– Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, Hükümet bildirilerini, sadece Hükümeti bağlamak kaydıyla yayınlamakla yükümlüdür. Ancak, bunların Hükümet bildirisi olduğunu yayın sırasında açıklar. Hükümet bildirilerine ait metinlerin, Başbakanlıktan yazılı yayın isteği ile verilmesi ve yetkililerin imzasını taşıması şarttır.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, olağanüstü haller ile sıkıyönetim, seferberlik ve savaş haline inhisar etmek üzere Hükümet konuşmalarını yayınlamakla yükümlüdür. Hükümet konuşmalarına ilişkin yayın istekleri, Başbakan ve görevlendireceği bakanın imzasıyla yapılır.

Hükümet uygulamalarının tanıtılması:

Madde 19– Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun yayın esaslarına uymak, cevap hakkı doğuracak nitelikte olmamak ve siyasi çıkar amacı taşımamak kaydıyla, mevzuat veya idari kararlarla yürürlüğe konan ve halkın katılımı ile başarıya

ulaşabilecek Hükümet uygulamalarının; gerekçelerinin, yararlarının, vecibelerinin, usul ve esaslarının kamuoyuna benimsetilmesini amaçlayan tanıtıcı radyo ve televizyon programları, Hükümet tarafından Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu dışında hazırlanır ve Kurum tarafından "haber bültenleri dışında" yayınlanır ve bu yayının Hükümet uygulamasının tanıtılması olduğu yayın sırasında belirtilir. Bu yayınların yayın süreleri ayda otuz dakikayı geçemez. Hükümet bu süreyi bir defada veya bir aydaki toplamı otuz dakikayı aşmamak üzere birkaç defada kullanabilir. Kullanılmayan süreler müteakip ay sürelerine eklenemez.

Hükümet ve siyasi parti açıklamalarının ve faaliyetlerinin yayınlanması:

Madde 20– Bu Kanunda belirtilen yayın esaslarına uymak ve diğer siyasi partilere cevap hakkı doğuracak bir unsur taşımamak kaydıyla; Hükümetin ve Türkiye Büyük Millet Meclisinde grubu bulunan siyasi partilerin açıklama ve faaliyetlerinin yayınlanması, bunların haber değeri ve niteliği taşıması şartına bağlıdır.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, Hükümet veya bir siyasi parti açıklama ve faaliyetlerini yayınladıktan sonra bunu dengelemek maksadıyla hemen ardından veya aynı bülten içerisinde karşı görüşleri almak için çaba harcamak ve yayınlamak zorunda değildir.

Türkiye Büyük Millet Meclisi ve açıköğretim yayınları ile eğitim ve öğretim amaçlı yayınlar ve diğer yayınlar

Madde 21- (Değişik: 11/6/2008-5767/6 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurul çalışmalarını radyodan dengeli ve tarafsız bir biçimde özetleyen yayın yapar.

Kuruma tahsis edilen TV kanallarından biri olan TRT 3'ten TBMM TV aracılığıyla Türkiye Büyük Millet Meclisi faaliyetleri yansıtılır. Türkiye Büyük Millet Meclisi faaliyetlerinin hangi ölçüde yansıtılacağı hususu, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı ile Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğünce birlikte hazırlanacak protokolle belirlenir. Bu yayınlardan ücret alınmaz.

Açıköğretim yayınları ve eğitim ve öğretim amaçlı diğer yayınlar, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna tahsis edilen TV kanallarının uygun görüleninden yayınlanır. Ücret miktarı ve yayın ile ilgili diğer hususlar, ilgili kurumlar ile Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü arasında yapılacak bir protokolle belirlenir.

Kurum tarafından Türkçe dışında farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir.

Seçimlerde siyasi partilerin yayınları:

Madde 22- (Değişik: 28/12/1993 - 3959/19md.) Siyasi partilerin milletvekili genel ve ara seçimleri ile mahalli idarelerin genel seçimleri sırasında radyo ve televizyonlardan faydalanmaları, seçim propagandası yapmaları ve yükümlülükleri ile bu faydalanmanın esas, şekil ve şartları 26.4.1961 tarihli ve 298 sayılı, 10.6.1983 tarihli ve 2839 sayılı ve 18.1.1984 tarih ve 2972 sayılı kanunlarda yer alan hükümlere tabidir.[173]

Milli güvenlik açısından yayınların menedilmesi:

Madde 23- Başbakan veya görevlendireceği bakan, milli güvenliğin açıkça gerekli kıldığı hallerde, bir haber veya yayını menetmeye yetkilidir. Men kararının yazılı olması esastır. Ancak, acele hallere men kararı sözlü olarak da iletilebilir. Bu durumda men kararının en kısa zamanda yazı ile tekrarlanması şarttır. Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun sorumluluğu altında yapılmayan yayınların menedilmesi halinde, men kararı ilgililere, Genel Müdürlükçe alındığı tarihten başlayarak yirmidört saat içinde bildirilir.

26 Nisan 1961 tarih ve 298 sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanunun 52 ila 55 inci maddeleri uyarınca siyasi partiler adına yapılan konuşmalar hakkında birinci fıkra hükümleri uygulanmaz.

Birinci fıkrada söz konusu men kararları aleyhine Danıştayda açılacak iptal davalarında tebligat, müracaat tarihinden başlayarak kırksekiz saat içinde yapılır. Cevap ve cevaba cevap süreleri onar gündür. Bu sürelerin tamamlanmasından sonra onbeş gün içinde karar verilir.

Devletin dış ilişkileri ile ilgili yayınlar:

Madde 24- Devletin dış ilişkileri ile ilgili yayınlarda uygulanacak esaslar, Dışişleri Bakanlığınca tespit edilerek Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna bildirilir. Dış ilişkiler ile ilgili yorumlarda kaynak belirtilip belirtilmeyeceği hususunda Dışişleri Bakanlığının görüşü göz önünde tutulur.

173 28/12/1993 tarih ve 3959 sayılı Kanunun Geçici 1 inci maddesi uyarınca, bu madde hükmü sadece ilk genel yerel seçimlerde uygulanır.

Madde 25 – (Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)

Reklam yayınları:

Madde 26- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, görev ve yayın esaslarına uymak kaydıyla gerçek kişiler, kurumlar ve özel hukuk tüzel kişilerince de hazırlanan programlı veya programsız reklam kuşaklarını radyo ve televizyondan yayınlayabilir.

Reklam yayınlarında; halkı aldatıcı, yanıltıcı, haksız rekabete veya karşılıklı cevaplamaya yol açıcı, diğer ürün veya nitelikleri kötüleyici, herhangi bir ürünün israfını telkin veya ima edici ve genel olarak memleketin ekonomik durumuna zarar verici hususlara yer verilmez, siyasi propaganda yapılamaz.

Reklam yayınları ile ilgili esaslar, birinci ve ikinci fıkralarda belirtilen genel esaslar göz önüne alınarak bir yönetmelikle düzenlenir.

Düzeltme ve cevap hakkı:

Madde 27- Yayınlarda bir kişinin haysiyet ve şerefine dokunulması veya kendisi ile ilgili olarak gerçeğe aykırı hususlar bulunması halinde;

a) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, o kişinin yayın tarihinden başlayarak yedi gün içinde göndereceği düzeltme ve cevap metnini, Genel Müdürlükçe alınmasından başlayarak üç gün içinde yayınlamakla yükümlüdür.

b) Bu düzeltme ve cevap metninde, yayının niteliğinin yukarıdaki fıkra kapsamına girdiği, yayında kendisine gerçeğe aykırı olarak bir husus atfedildiği veyahut şeref ve haysiyetine dokunulduğu veya gerçeğin ne olduğu kısaca açıklanır. Cevap ve düzeltme metni, cevap ve düzeltmeye esas olan yayın süresinin ilgili bölümünün süresini aşamaz.

c) Düzeltme ve cevap metninin bu Kanun hükümlerine uygun olmaması veya suç niteliğindeki ifadeler taşıması veyahut yeni bir düzeltme ve cevap hakkı doğurur nitelikte olması halinde, Genel Müdürlük bu talebi reddettiğini, yayınlamakla yükümlü olduğu üç günlük sürenin bitiminden itibaren iki gün içinde ilgilisine bildirir.

d) İlgili, bu ret kararına karşı, iki gün içinde Ankara Sulh Ceza Hakimliği nezdinde itiraz edebilir. Hak sahibi, itirazını, Ankara Sulh Ceza Hakimliğine gönderilmek üzere bulunduğu yer mahkemesine de verebilir.

e) Ankara Sulh Ceza Hakimi, en geç iki gün içinde düzeltme ve cevap metnini; suç niteliği olup olmadığı, yayın ile ilgisi bulunup bulunmadığı, bu maddede yazılı

şartlara uygun olup olmadığı, yeni bir düzeltme ve cevap hakkı doğurur nitelikte olup olmadığı ve süresi içinde Türkiye Radyo – Televizyon Kurumuna gönderilip gönderilmediği yönlerinden inceleyerek karar verir. Hakim cevap veya düzeltme metninin aynen yayınlanmasına karar verebileceği gibi uygun göreceği değişiklikleri bizzat yaptıktan sonra yayınlanmasına da karar verebilir. Bu kararın birer örneği taraflara gönderilir.

f) Taraflar, bu karara, kendilerine tebliğinden başlayarak iki gün içinde Ankara Asliye Ceza Hakimliği nezdinde itiraz edebilirler. Bu itiraz ve karar hususlarında yukarıdaki (d) ve hiçbir bentleri hükümleri aynen uygulanır.

g) Asliye Ceza Hâkiminin verdiği karar kesindir. Bu kararın Genel Müdürlüğe tebliğinden itibaren en geç iki gün içinde cevap ve düzeltmenin yayınlanması zorunludur.

h) Düzeltme ve cevap hakkını kullanmadan ölen kimsenin bu hakkını mirasçıları birlikte veya bunlardan yalnız ilk başvuranı kullanabilir.

i) Bu madde uyarınca ilgililere yapılacak tebligatlarda 7201 sayılı Tebligat Kanunu hükümleri uygulanır.

Özel hukuk tüzelkişilerince gönderilecek düzeltme ve cevap metinleri hakkında da bu madde hükümleri uygulanır.

Bu Kanunun 19 uncu maddesi uyarınca yapılan yayınlar nedeniyle Türkiye Büyük Millet Meclisinde grubu bulunan fakat Hükümete dahil olmayan siyasi partiler, düzeltme ve cevap hakkı taleplerini yayın tarihinden başlayarak üç gün içinde Ankara Sulh Ceza Hakimliği nezdinde yaparlar. Bu talepler hakkında bu maddenin (d), hiçbir ve (f) bentleri hükümleri uygulanır.

Siyasi partilerin radyo ve televizyondan özel kanunları uyarınca yapacakları seçim propaganda konuşmaları ile bu Kanunun 18 inci maddesi uyarınca yayınlanan Hükümet bildirisi veya konuşmaları hakkında bu madde hükümleri uygulanmaz.

Sorumluluk:

Madde 28- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun yayınları yoluyla işlenen suçlarda veya haksız fiillerde, yayın tespit yoluyla yapılmışsa, metni yazan veya sesi tespit edilen, bu metni veya tespiti fiilen kontrol eden ve yayını fiilen yöneten ve kontrol eden kişiler sorumludur.

Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun, kendilerine tevdi edilen metni aynen okumakla görevli personeli o yayının yönetim ve kontrolünde özel olarak görevlendirilmiş olmamak şartıyla, o yayın yoluyla işlenen suçtan veya haksız fiilden sorumlu tutulmazlar.

Bu Kanunun 18, 22 ve 27 nci maddeleri uyarınca yapılan ve bu özelliği anonsla belirtilen yayınlar ile tespitlerden faydalanmaksızın Türkiye Radyo Televizyon Kurumu istasyonları dışındaki bir radyo ve televizyon kuruluşundan naklen yapılan yayınlardan, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personeli sorumlu değildir.

Kişiler, kurum ve kuruluşlar yayınlar nedeniyle uğradıkları zararlardan ötürü, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personeli aleyhine değil, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu aleyhine dava açarlar. Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun genel hükümlere göre sorumlu personele rücu hakkı saklıdır.

Kişiler, kurum ve kuruluşlarca yayın yoluyla suç işlendiği iddia edilerek Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu personeli hakkında açılan ceza davalarında, personel, Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu avukatlarınca savunulabilir.

Bu madde kapsamına giren suçlardan ve haksız fiillerden dolayı yayının yapıldığı tarihten başlayarak altmış gün içinde açılmayan davalar dinlenmez.

Metin ve tespitlerin saklanması:

Madde 29- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun yayınlarında kullanılan yazılı metinler ve metni bulunmayan radyo ve televizyon yayınlarına ait tespitler yayın tarihinden başlayarak yetmişbeş gün süre ile saklanır. Tespitlerden faydalanmaksızın yapılan naklen yayınlar ile müzik yayınları yukarıdaki fıkra hükmünün dışındadır.

Yayının, herhangi bir şekilde yasama, yürütme ve yargı organlarınca soruşturma, kovuşturma ve araştırma konusu olması halinde bu işlemlerin sonuçlandığının Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna yazılı olarak bildirilmesine kadar yayın tespitlerinin ve metinlerinin saklanması zorunludur.

Yayınlanmayan haberler:

Madde 30- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun Devletin güvenliği ile ilgili, elde ettiği ancak, yayınlayamadığı haberler, sadece Başbakanın tayin edeceği ilgili yürütme unsuruna bildirilir. Bu husus bir protokol ile düzenlenir.

Yayınların denetimi:

Madde 31- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun yayınlayacağı programların son denetimi, Genel Müdür adına ve Genel Müdüre doğrudan bağlı Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı[174] tarafından yapılır. Bu denetimin usul ve esasları yönetmelikle düzenlenir.

Radyo ve televizyon yayınları, yayından önce ayrıca Türkiye Radyo- Televizyon Kurumu dışından hiçbir kişi veya kuruluş tarafından denetlenemez. Ancak, Türk Silahlı Kuvvetleri ile ilgili yayınlar hakkında Genelkurmay Başkanlığının olumlu görüşü alınır.

Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun uzun metrajlı konulu sinema filmleri hariç, yurt dışından getireceği her çeşit televizyon filmleri hakkında 23 Eylül 1977 tarihli ve 16063 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Filmlerin ve Film Senaryolarının Denetlenmesi Hakkında Tüzük" hükümleri ile ek ve değişiklikleri uygulanmaz.

Kurum programlarının korunması:

Madde 32- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu yayınları, Kurumun yazılı izni alınmadan telli veya telsiz olarak tekrar yayınlanamaz, ücretli veya ücretsiz olarak tedavüle çıkarılmak üzere bütünü veya bir kısmı tespit olunamaz, çoğaltılamaz ve girişi ücrete tabi yerlerde halka gösterilemez.

Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun birinci fıkra hükmüne aykırı davranışlara karşı maddi ve manevi tazminat davası açma hakkı mevcut olduğu gibi, Kurum, Fikir ve Sanat Eserleri Kanununda öngörülen hukuki ve cezai korumadan da yararlanır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Mali Hükümler

Sermaye:

Madde 33- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun nominal sermayesi 20.000.000.000.-TL.dir. Bu Sermaye Yönetim Kurulunun teklifi, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun tasvibi ve Bakanlar Kurulunun kararı ile artırılabilir.

174 11/6/2008 tarihli ve 5767 sayılı Kanunun 10 uncu maddesiyle; bu maddenin birinci fıkrasında yer alan "Yayın Denetleme Kurulu Başkanlığı" ibaresi "Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı" şeklinde değiştirilmiş ve metne işlenmiştir.

Sermayenin kaynakları şunlardır:

b) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte ödenmiş sermaye,

b) Genel bütçeden, sermayeye mahsuben yapılacak ödemeler,

c) Yıllık karlardan, bu Kanunun 34 üncü maddesi ve diğer kanunlar uyarınca ayırımlar yapıldıktan sonra kalacak bakiyeler.

Karın dağıtımı ve yedek akçe:

Madde 34- Yıllık bilanço, kar ve zarar hesaplarının Yönetim Kurulunca onaylanmasını müteakip;

a) Yıllık karın % 10'u ödenmiş sermayenin % 25'ine kadar kanuni yedek akçe olarak, %10'u da nominal sermayenin % 10'una kadar olağanüstü yedek akçe olarak ayrılır.

b) Mevzuat gereğince ödenecek vergi, fon ve aidatlar düşüldükten sonra kalan kar özel yedek akçe hesabına naklolunur. Zararlar; öncelikle özel yedek akçeden karşılanır. Özel yedek akçenin yetmemesi halinde, bu zararlar sırasıyla olağanüstü yedek akçeden ve kanuni yedek akçeden karşılanır.

Madde 35- (Mülga : 4/12/1984 – 3093/7 md.)

Bütçenin hazırlanması ve finansman açığı:

Madde 36- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun yıllık bütçesi ile yatırım ve finansman programları Yönetim Kurulu tarafından onaylanarak yürürlüğe konulur. Ancak, Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun yıllık yatırım ve finansman programı konusunda, Yönetim Kurulu kararından önce, Devlet Planlama Teşkilatı ile Maliye Bakanlığının vizesinin alınması gereklidir.

Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun yıllık finansman programında tespit olunan açık, genel bütçeden karşılanır.

Ortaklık kurulması:

Madde 37- Yönetim Kurulu, Kurumun amaçlarına uygun olmak şartıyla ve Bakanlar Kurulu kararnamesi ile gösterilecek esaslar içerisinde, yerli veya yabancı

gerçek veya tüzelkişilerle, özel hukuk hükümlerine tabi mahdut mesuliyetli ortaklıklar kurabilir.

Madde 38 – 43- (Mülga : 4/12/1984 – 3093/7 md.)

İndirimli posta, telgraf ve telefon tarifeleri:

Madde 44- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun; haber, radyo ve televizyon hizmetlerinde kullandığı telefonlarına, Posta, Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğünce basına uygulanan indirimli tarife veya indirim nispetleri uygulanır.

Kurumun, Posta, Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğünden kiraladığı radyo ve televizyon programlarının nakledildiği resim ve ses kanallarının ve hizmet gereği geçici veya sürekli olarak kiraladığı telefon ve teleks devrelerinin, milli sınırlar dahilinde kalan kısımları için, Posta, Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğü tarifesinde bulunanlara bu tarife üzerinden, bulunmayanlara milletlerarası tarifeler üzerinden yüzde altmış indirim uygulanır.

Devlet Yatırım Bankası kredileri:

Madde 45- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu, yatırımlarının finansmanında Devlet Yatırım Bankası kredilerinden faydalanır.

İndirimli tarife:

Madde 46- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumuna indirimli tarife uygulayan Devlet daire ve kuruluşları, kamu tüzelkişileri ve kamu iktisadi teşebbüslerine ilan ve reklam işlerinde indirimli tarife, Yönetim Kurulu kararıyla uygulanabilir.

Tedarik işleri:

Madde 47- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunun alım, satım, hizmet, yapım ve taşıma işleri ile bu hususlara ilişkin ihale işlemleri bir yönetmelik ile düzenlenir.

Muafiyetler:

Madde 48- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun ihtiyacı için yurt dışından getirilecek radyo ve televizyon vericileri, stüdyo cihazları, işletme malzemesi

ve yedekleri ile yayınlarda kullanılan alet ve edevat, program yüklü film ve bantları; damga resmi dahil, gümrük vergi ve resimleri, belediye hissesi ve harçlarından muaftır.

Kurumun iktisap ettiği ve edeceği radyo ve televizyon verici ve aktarıcı binaları emlak vergisi ve tapu harçlarından muaftır.

BEŞİNCİ BÖLÜM
Personele İlişkin Hükümler

İstihdam şekilleri:

Madde 49- (Değişik: 11/6/2008-5767/7 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun hizmetleri; memurlar, sözleşmeli personel ve geçici personel eliyle gördürülür.

Personelin özlük hakları:

Madde 50- Türkiye Radyo – Televizyon Kurumu personeli aşağıda düzenlenen hükümler dışında kamu iktisadi kuruluşlarının personel rejimine tabidir.

a) Kurumun haber ve program hizmetlerini doğrudan doğruya yapan ve yürütenlerden yükseköğrenim yapmış olanlar 8 inci derecenin ilk kademesinden işe başlarlar, 1 inci derecenin son kademesine kadar yükselebilirler. Yükseköğrenim yapmamış olanlar 10 uncu derecenin ilk kademesinden işe başlarlar, 3 üncü derecenin son kademesine kadar yükselebilirler.

Ancak, bu fıkra hükümlerine göre belirlenen giriş ve yükselebilme dereceleri, 657 sayılı Kanunun 36 ncı maddesinde belirlenen derecelerden aşağı olamaz.

b) Türkiye Radyo – Televizyon Kurumunda çalışan personele ödenecek mahrumiyet zammı, 657 sayılı Kanuna tabi memurlar için tespit edilecek miktar ve şartlara uygun olmak kaydıyla Yönetim Kurulu tarafından bir yönetmelikle tespit edilir.

c) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun haber ve program hizmetlerinin yürütülmesinde, Kurum dışından görevlendirileceklere, başka iş ve hizmet yasağına ilişkin hükümler uygulanmaz.

Kurum Yönetim Kurulunca tespit edilecek sayıdaki yabancı dil yayınları mütercim spikerlerine 657 sayılı Kanunun 59 uncu ve müteakip maddelerindeki istisnai memuriyetlere ilişkin hükümler uygulanır.

d) Kurum personeline hizmetin bütünlüğü ve ifa edilen görevin özelliği dikkate alınarak, en yüksek Devlet memuru aylığını (Ek gösterge dahil) geçmemek üzere, Kurum Yönetim Kurulunun teklifi üzerine Bakanlar Kurulunca tespit olunan oran veya miktarlarda tazminat ödenir.

Kurum personeline bu tazminat dışında, 657 sayılı Kanunun "Zam ve tazminatlar" başlıklı değişik ek maddesinde öngörülen zam ve tazminatlar ödenmez.

e) (a) bendine giren görevlerde bulunduktan sonra, öğrenim durumu itibariyle hizmete giriş derece ve kademesi bu fıkrada belirtilen giriş derece ve kademesinden daha aşağı olan sınıflardan birine geçenlerin, ilk ilerleme ve yükselmeleri için kanuni bekleme sürelerine kazandıkları süre kadar ilave edilir.

f) 657 sayılı Kanunun değişik 43 üncü maddesinin (B) fıkrası hükümleri Kurum personeli hakkında da uygulanır. Ancak, anılan fıkranın (j) bendi hükümleri saklı kalmak üzere, Genel İdare Hizmetleri sınıfına dahil kadrolara uygulanacak ek göstergeler, bu memuriyetlerin niteliği ve yönetim sorumluluğu göz önünde bulundurularak ve diğer kamu kuruluşlarındaki emsallerini geçmemek şartı ile, Kurumun Yönetim Kurulunun teklifi üzerine Bakanlar Kurulunca tespit olunur.

g) **(Değişik: 13/4/1988 - KHK-322/1. md.)** Kurumda kadro karşılığı sözleşmeli personel çalıştırılabilir. Bunların kadro unvanları, sayısı, ücretlerinin taban ve tavanı ile diğer hususlar, Yönetim Kurulunun teklifi üzerine Bakanlar Kurulunca belirlenir.

(Değişik ikinci paragraf: 11/6/2008-5767/8 md.) Ayrıca; özel bilgi ve ihtisasından yararlanmak üzere en çok on Genel Müdür Müşaviri istihdam edilebilir.

(Ek: 13/4/1988 - KHK-322/1.md.) Birinci ve ikinci fıkraya göre çalıştırılacaklar, istekleri halinde, T.C. Emekli Sandığı ve Sosyal Sigortalar Kurumu ile ilgilendirilirler.

Bunlardan T.C. Emekli Sandığı ile ilgilendirilenlerin;

1. Tahsil durumlarına göre giriş ve yükselebilecekleri derece ve kademeleri, (a) bendi hükümlerine göre belirlenir.

2. Kazanılmış hak aylıkları, öğrenim durumlarına göre yukarıda belirlenen giriş dereceleri esas alınmak ve yükselebilecekleri dereceyi aşmamak kaydıyla 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 87 nci maddesinde sayılan kurumlarda 18 yaşından sonra geçen hizmetler, hazırlık kıtası ile okul dönemi dahil yedek subaylıkta, yedek subay öğretmenlikte, muvazzaf ve ihtiyat erlikte geçen sürelerin her

yılı için bir kademe ilerlemesi ve her üç yıl için bir derece yükselmesi verilmek suretiyle değerlendirilerek tespit edilir.

Ayrıca, 1 Mart 1979 tarihinde, 13 Aralık 1960 tarih ve 160 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinde sayılan kuruluşlarda görevli bulunanlara 2182 sayılı Kanun hükmüne göre bir derece ilave edilir.

Bu fıkrada sayılan T.C. Emekli Sandığına tabi olarak çalışan personelin emekli keseneğine esas aylıkları ile kazanılmış hak aylıkları saklıdır.

3. Emekli kesenek ve karşılıkları;

Emekli keseneğine esas aylıkları 8 ve 7 nci derecede olanlar için 100, 6 ve 5 inci derecede olanlar için 150, 4 ve 3 üncü derecede olanlar için 200, 2 nci derecede olanlar için 300 ve 1 inci derecede olanlar için 400 ek gösterge uygulanmak suretiyle hesaplanır. Ancak, daha yüksek ek göstergeli yönetici kadroları karşılık gösterilerek çalıştırılanların emeklilik keseneklerine ve karşılıklarına bu ek göstergeler esas alınır.

h) Borçlar Kanunu hükümleri gereğince de sözleşmeli personel çalıştırılabilir. Bunlara (g) bendi hükümleri uygulanmaz.

ı) **(Ek: 11/6/2008-5767/8 md.)** Sözleşmeli personel; Kurumda radyo-televizyon yayın, yapım, teknik ve bilişim hizmetlerini yürütmek ve sayısı 300'ü geçmemek üzere Kurumca yapılacak sınavla istihdam edilen, istihdama ve sözleşmeye ilişkin usul ve esasları Yönetim Kurulunca belirlenen personeldir. Bu şekilde çalıştırılacak olanların ücretleri, 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 4 üncü maddesinin (B) fıkrasına göre istihdam edilenlere uygulanan sözleşme ücreti tavanının dört katını geçemez ve bu fıkrada belirtilen ücret dışında herhangi bir ödeme yapılamaz. Bu suretle çalıştırılacaklar, sosyal güvenlikleri bakımından 17/7/1964 tarihli ve 506 sayılı Sosyal Sigortalar Kanunu hükümlerine tabidir.

Yabancı uyruklular da sözleşmeli olarak istihdam edilebilir. Bu personelin istihdam, sözleşme usul ve esasları ile ücret miktarı ve her çeşit ödemeleri Yönetim Kurulunca tespit edilir.

i) **(Ek: 11/6/2008-5767/8 md.)** Geçici personel, sosyal güvenlik bakımından 506 sayılı Sosyal Sigortalar Kanunu hükümlerine tabi olan, bir yıldan az süreli istihdam edilen ve işçi sayılmayan kimselerdir. Bu statüdeki personelin istihdam ve ücretlerine ilişkin usul ve esaslar Yönetim Kurulunca tespit edilir.

j) **(Ek: 11/6/2008-5767/8 md.)** Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personelinin yurt içinde geçici görevle memuriyet mahalli dışına görevlendirilmesi durumunda, bu personele 10/2/1954 tarihli ve 6245 sayılı Harcırah Kanunu gereğince her yıl Bütçe Kanununda emsali devlet memuru için belirlenen gündeliklerin iki katını geçmemek üzere Yönetim Kurulu kararı ile belirlenen tutarda gündelik ödenir.

Kurum personelinin yurt içinde geçici görevle memuriyet mahalli dışına görevlendirilmesi halinde, 6245 sayılı Kanunun 33 üncü maddesindeki on günlük sınırlama dikkate alınmaz. Ayrıca, yurt içi ve yurt dışında görevlendirilenlerin konaklama yer ve ücretlerine ilişkin hususlar Yönetim Kurulu tarafından belirlenebilir. Bu şekilde tespit edilen yerlerde kalanlara gündelikleri yüzde elli oranında azaltılarak ödenir.

İkramiye:

Madde 51- (Değişik: 13/4/1988 - KHK - 322/2. md.) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunda görevli kadrolu veya sözleşmeli personele, yılda dört aylık ücret tutarını aşmamak üzere Genel Müdürün teklifi ve Yönetim Kurulunun onayı ile ikramiye verilebilir.

Fazla çalışma:

Madde 52- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personeline ücretle fazla çalışma yaptırılabilir. Fazla çalışma esasları ve süresi Devletin diğer personeli için tanınan sürenin iki katını geçmemek, saat ücreti ise Devlet memurları için tanınan miktarlara bağlı kalınmak kaydıyla yönetmelikle tespit edilir.

Personelin işe alınma, atanma, yer değiştirme, görevlendirme, görevden alınma ve terfi işlemleri:

Madde 53- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu personelinin işe alınma, atanma, yer değiştirme, görevden alınma ve terfi işlemleri Kurum Genel Müdürü tarafından yapılır.

Kurumun kadrolarında sanatçı olarak çalışanlar ile sanatçı niteliğinden ötürü Kurumun idareci, uzman şef ve benzeri diğer kadrolarında görevli bulunanlar ile spiker, sunucu ve teknisyenlerden oluşacak bu topluluklara; asli görevlerini aksatmamak şartıyla, yurt içinde ve yurt dışında, Kurumun müzik yayınları amaç ve

politikasına uygun hizmet ve faaliyetlerde bulunmak, müziğin tanıtılıp yaygınlaştırılmasına katkıda bulunmak amacıyla konser, festival ve benzeri sanat faaliyetlerinde Genel Müdür tarafından görev verilebilir. Bu durumda, başka iş ve hizmet yasağına ilişkin hükümler uygulanmaz. Bu görevlendirmeler ikinci görev verilmesi sayılmaz. Bu konuların uygulama usul ve esasları Kurum Yönetim Kurulunca tespit edilir.

Öğretim ve eğitim:

Madde 54- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, personeline, görevleri arasına giren konularda yurt içinde ve dışında eğitim, öğrenim ve ihtisas yapma imkanını sağlar, bu maksatla kurslar açar ve kendi maksatları için personel yetiştirmek üzere kendi kadrolu personeline veya, 8 Nisan 1929 tarih ve 1416 sayılı Kanun hükümlerine göre, öğrencilere burs verebilir.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun düzenlediği hizmet içi eğitimlerde ya da oluşturacağı danışma kurulları ile memur alımı maksadı dışında teşkil edilecek sınav jürilerinde ve hazırlayacağı programlarda, gerektiğinde yükseköğretim kurumlarının öğretim elemanlarından ve diğer eğitim kurumlarının öğretim görevlilerinden yararlanılabilir.

Kurumun sürekli kadrolarında çalışanların Kurumun asli fonksiyonları ile ilgili konularda üniversite ve yüksekokullarda öğretim üyesi veya yardımcısı olarak görev almalarına, her derecedeki resmi öğretim kurumlarında öğretmenlik yapmalarına, esas görevlerini aksatmamak şartıyla Genel Müdürün teklifi üzerine Yönetim Kurulunca izin verilebilir. Bu görevlilerin Yönetim Kurulu kararı ile Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu ortaklıklarında görevlendirilmeleri de mümkündür.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu görevlilerinin, asli görevlerinin dışında Kuruma bağlı radyo ve televizyon postalarında yapacakları yayın ile Kurum içerisinde verecekleri dersler için kendilerine yayın ve ders başına ödenecek ücretlerin azami haddi ile bu personelin çalışmaları ile ilgili esaslar yönetmelikle tespit edilir.

Mesken yapımı ve kiralama:

Madde 55- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu, personeline kira karşılığında lojman olarak tahsis edilmek üzere yatırım programları dahilinde mesken

yaptırmaya ve satın almaya, kalkınmada öncelikli yörelerde Maliye Bakanlığının uygun görüşü üzerine mesken kiralamaya yetkilidir.

Personel işlemleri ve personel hizmet tanımları:

Madde 56- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu personelinin işe alınmasındaki usul, şartlar, atanma, terfi, nakil, işe son verme, disiplin cezaları ve sicil ile ilgili konuları personel yönetmeliğinde düzenlenir.

Kurum hizmetlerinin tanımı, bu hizmetlere atanacaklarda aranacak özel nitelikler ve atama şartları bir yönetmelik ile düzenlenir.

DÖRDÜNCÜ KISIM

Çeşitli Hükümler

Yüksek Denetleme Kurulunun denetimi:

Madde 57- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu; idari, mali ve teknik konularda Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulunun denetimine tabidir.

Başbakan, Kurum ile ilgili olarak belli bir hususun incelenmesini Yüksek Denetleme Kurulundan isteyebilir. Yüksek Denetleme Kurulunun, "yıllık" ve "ara" raporlarında Kurumun; idari, mali ve teknik işlemler ile ilgili olarak bazı konuların teftiş ve tahkiki, temenni olunduğu takdirde, Başbakanın tensibi ile Maliye Teftiş Kurulunca yapılır.

Başbakanlık gerektiğinde rapor sonuçlarını adalet mercilerine sevk eder.

Radyo ve televizyon alıcı cihazlarının imal, ithal ve montajlarında uygulanacak esaslar:

Madde 58- (Değişik birinci fıkra : 15/6/1987 - 3383/1 md.) Radyo ve Televizyon alıcı cihazlarının imal ve ithalinde, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunun görüşü alınmak kaydıyla Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığınca müştereken hazırlanacak yönetmelikle tespit edilecek standartlara uyulması zorunludur. Bu standartlara uymayan cihazların imal ve ithaline bu Bakanlık ve Müsteşarlıkça izin verilmez. Ancak Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulunca

onaylanmış araştırma, geliştirme faaliyetleri kapsamına giren prototip imalat ve bu imalat maksadıyla yapılacak ithalat, bu hükmün dışındadır.

İthalat ve imalatçılar, ithal veya imal ettikleri cihazların tanımları için gerekli her türlü teknik nitelik ve bilgileri, kullanma açıklamalarını ve montaj şemalarını ithalat veya imalat yapıldığında, model değişikliği veya cihaz üzerinde tadilat yapılması halinde derhal bu değişiklik veya tadilata ilişkin belgeleri, Radyo ve Televizyon Yüksek Kuruluna bildirmekle yükümlüdürler.

Radyo ve televizyon verici cihazları 5 Nisan 1983 tarih ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine tabidir.

Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun malları:

Madde 59- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun malları ve her çeşit mevcutları Devlet malı sayılır.

(Değişik : 6/7/1999 - 4397/3 md.) Kurumun verici ve stüdyolar ile program iletim sistemleri gibi yayın ile ilgili bina ve tesislerinin güvenliği ve korunması İçişleri Bakanlığının sorumluluğu altındadır. Ancak, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu gerektiğinde 2495 sayılı Bazı Kurum ve Kuruluşların Korunması ve Güvenliklerinin Sağlanması Hakkında Kanun çerçevesinde özel güvenlik teşkilatı oluşturabilir.

Kamulaştırma:

Madde 60- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun kuracağı her türlü tesisler için gerekli taşınmaz malların kamulaştırılmasında, "Kamu yararı" kararı Yönetim Kurulunca alınır. Bu kamulaştırmalarda, Devlet ihtiyaçları için yapılan kamulaştırmalarla ilgili diğer hükümler uygulanır.

Telekomünikasyon tesisleri:

Madde 61- Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu radyo ve televizyon tesislerini birlikte çalıştırmak için bunlar arasında veya bunlarla geçici sabit veya gezici transmisyon yerleri arasında telekomünikasyon tesisleri kurmaya ve işletmeye yetkilidir. Kurum, bu tesislerin kurulmasında ve işletilmesinde 5 Nisan 1983 tarih ve 2813 sayılı Telsiz Kanunu hükümlerine tabidir.

Yönetmelik:

Madde 62- Bu Kanunun 6 ncı maddesi gereğince hazırlanacak yönetmelik, Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunca hazırlanır ve Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girer. Bu Kanun gereğince hazırlanacak diğer yönetmelikler, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğünce hazırlanır, Yönetim Kurulu onayı ile ve Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girer.

Ceza hükümleri:

Madde 63- Aşağıda belirtilen fiilleri işleyenler, bu fiilleri başka bir suçu oluştursa bile ayrıca bu madde hükümlerine göre de cezalandırılırlar:

a) **(Mülga : 12/1/1989 - 3517/7 md.)**

b) **(Mülga : 4/12/1984 - 3093/7 Md.)**

c) **(Mülga : 4/12/1984 - 3093/7 md.)**

d) 58 inci maddenin birinci fıkrası hükümlerine aykırı olarak standartlara uymayan cihaz ithal veya imal edenler üç aydan bir yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılırlar.

58 inci maddenin ikinci fıkrasında belirtilen mecburiyetlere uymayan her türlü radyo ve televizyon alıcı cihazlarını imal ve ithal edenler iki aydan altı aya kadar hapis, yüzbin liradan beşyüzbin liraya kadar ağır para cezası ile cezalandırılırlar.

Yürürlükten kaldırılan kanunlar ve kanun hükümleri:

Madde 64- 24 Aralık 1963 tarih ve 359 sayılı Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu Kanunu ile 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun ek geçici 10 uncu maddesi ve bunların ek ve değişiklikleri yürürlükten kaldırılmıştır. Diğer kanunların bu Kanuna aykırı hükümleri Kurum ve personeli hakkında uygulanmaz.

Ek Madde 1- (1/10/1992 - 3840/1 md.) Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu haber, program ve teknik hizmetlerinde (vardiya hariç) fiilen görev yapan personele 3056 sayılı Başbakanlık Teşkilatı Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanunun Değişik 31 inci maddesine göre, Başbakanlık Merkez Teşkilatında çalışan memurlara ödenen miktar ve nispetlerde ve aynı esaslar dahilinde fazla çalışma ücreti ödenir.

BEŞİNCİ KISIM
Geçici Hükümler

Geçici Madde 1 ila 5- (Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)

Geçici Madde 6- (Mülga : 4/12/1984 - 3093/7 md.)

Geçici Madde 7 ila 10- (Mülga: 11/6/2008-5767/10 md.)

Geçici Madde 11- (Ek: 11/6/2008-5767/9 md.) Bu Kanunda öngörülen yeni teşkilat düzenlemeleri nedeniyle kaldırılan, birleştirilen, ismi veya yapısı değiştirilen birimlerde unvanlı/unvansız olmak üzere; Daire Başkanı, Başkan, Üye, Başkan Yardımcısı, Bölge Müdürü, Bölge Müdür Yardımcısı, Müdür, Şube Müdürü, Müdür Yardımcısı, Genel Sekreter, Genel Sekreter Yardımcısı, Savunma Sekreteri, Başuzman ve Uzman (Teknik Hizmetler Sınıfı Hariç) kadrolarında bulunanların görevleri ile Kurum Genel Müdür Uzmanlarının görevleri, bu maddenin yayımı tarihinden itibaren en geç üç ay içinde sona erer ve eşit dereceli Araştırmacı unvanlı kadrolara atanırlar. Söz konusu personel, Kurumca ihtiyaç duyulan hizmetlerde görevlendirilebilir. Anılan personelin; bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihteki unvanları esas alınarak 15/1/2008 tarihi itibarıyla bu unvana göre belirlenmiş olan ücret (fazla mesai ücreti hariç) ve özel hizmet tazminatı toplam net tutarının (bu tutar sabit bir değer olarak esas alınır); atandığı yeni kadronun ücret (fazla mesai ücreti hariç) ve özel hizmet tazminatı ve benzeri adlarla yapılan her türlü ödemelerin toplam net tutarından fazla olması halinde aradaki fark tutarı, fark kapanıncaya kadar herhangi bir vergi ve kesintiye tabi tutulmaksızın ayrıca tazminat olarak ödenir. İsteğe bağlı unvan değişikliği olanlar ile başka kurum ve kuruluşlara geçenlere fark tazminatı ödenmesine son verilir. En son görev yapılan kadroya ilişkin olarak ek gösterge ve/veya makam tazminatını hak edemeyen personelin atandığı yeni kadroda geçirdiği süreler, 5434 sayılı Kanunun ek 68 inci ve ek 73 üncü maddelerinde belirtilen sürelerin hesabında dikkate alınır. Bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihte Kurumda görev yapan işçi sayılmayan geçici personel, bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren üç ay içerisinde, bu Kanunun 50 nci maddesinin (ı) bendi hükümlerine göre istihdam edilmek ve yine anılan bentte yer alan sözleşmeli personel sayısına ilişkin hüküm saklı kalmak üzere Kurum tarafından uygun görülen pozisyonlara atanırlar.

Kurumun hizmet birimleri, yeni teşkilat düzenlemeleri yapılıncaya kadar mevcut görevlerini yürütmeye devam eder.

Bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihte görev yapan Kurum personelinden (geçici personel hariç); 5434 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Emekli Sandığı Kanununa göre emeklilik hakkını kazanmış olanlara bu maddenin yayımı tarihinden itibaren üç ay, bu hakkı 2008 yılı sonuna kadar kazanacak olanlara da kazandıkları tarihten itibaren iki ay içinde emeklilik başvurusunda bulunmaları halinde, emekli ikramiyeleri % 30 fazlasıyla ödenir. Ancak, bu kapsamda emekli olan personel, emekli oldukları tarihten itibaren üç yıl içinde Kurumda yeniden istihdam edilemez.

Geçici Madde 12 – (Ek: 11/6/2008-5767/9 md.) Kurumda istihdam edilen ve işçi sayılmayan sözleşmeli personelin istihdamlarına mevcut statüleri ile devam olunur.

ALTINCI KISIM
Son Hükümler

Yürürlük:

Madde 65- Bu Kanunun;

a) 4, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 ve 32 nci madde hükümleri Resmi Gazete'de yayımı tarihinde,

b) Diğer maddelerin hükümleri 1 Ocak 1984 tarihinde,

Yürürlüğe girer.

Yürütme:

Madde 66- Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

……………..

11/11/1983 TARİHLİ VE 2954 SAYILI ANA KANUNA İŞLENEMEYEN MADDELER

1– 13/4/1988 tarih ve 322 sayılı KHK'nin geçici maddesi :

Geçici Madde- Bu Kanun Hükmünde Kararnamenin yürürlüğe girdiği tarihte Kurumda çalışanlardan sözleşmeli personel statüsüne geçenler veya geçecek

olanlar ile T.C.Emekli Sandığı ile ilgilendirilmek suretiyle sözleşmeli olarak çalıştırılacaklar hakkında, 5434 sayılı T.C.Emekli Sandığı Kanununun geçici 191 ve 192 nci maddesi hükümleri uygulanır.

2- 6/7/1999 tarih ve 4397 sayılı Kanunun Geçici Maddeleri :

Geçici Madde 1- Bu Kanunda öngörülen devir, bir protokolle 31.12.1999 tarihine kadar yapılır. Bu Kanunda öngörülen bütün geçiş, devir, temlik ve intikal işlemleri ile bu işlemlerle ilgili olarak düzenlenecek protokol ve kağıtlar her türlü vergi, resim, harç, ücret ve fonlardan istisnadır.

Geçici Madde 2- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü ile Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi arasında 12.1.1989 tarihli ve 3517 sayılı Kanunun yürürlüğe girdiği tarih ile bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarih arasında 3517 sayılı Kanunun uygulanmasından doğan mevcut borç ve alacaklar karşılıklı olarak silinmiştir.

Türk Telekomünikasyon A.Ş. silinen alacak miktarını gider olarak yazar, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu ise silinen aynı miktardaki borçları Hazinenin payı olarak Kurum sermayesine ekler.

Geçici Madde 3- 1 inci maddede devredilecekleri belirtilen istasyon, tesis ve hizmetlerle ilgili olarak, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi tarafından yapılmış sözleşmeler, kredi anlaşmaları, devam eden yatırım projeleri, leh ve aleyhe açılmış ve açılacak olan davalar ve icra takipleri bütün hak, borç, alacak ve yetkileri ile birlikte Türkiye Radyo-Televizyon Kurumuna geçer.

Türk Telekomünikasyon A.Ş. tarafından Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğüne devredilecek maddi duran varlıkların amortismanlar ve yeniden değerleme artış fonundan karşılanamayan bölümü Hazinece Türk Telekomünikasyon A.Ş.'ye ödenir.

Ayrıca, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğünce devir alınan aktif değerler aynı bedel üzerinden Hazinenin payı olarak Kurum sermayesine eklenir.

EK: 6

AVRUPA SINIRÖTESİ TELEVİZYON SÖZLEŞMESİ[175]

ÖNSÖZ

Bu sözleşmeyi imzalayan Avrupa Konseyi'ne üye Devletleri ile Avrupa Kültür Sözleşmesi'ne taraf olan diğer Devletler,

Avrupa Konseyi'nin hedefinin ortak miraslara olan idealleri ve ilkeleri korumak ve gerçekleştirmek üzere, üyeler arasında daha sık bir birliğe ulaşmak olduğunu dikkate alarak,

İnsan onuru ve eşitliğinin, bu ilkelerin temel unsurlarını oluşturduğunu dikkate alarak,

İfade ve haberleşme özgürlüğünün, İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Korunması'na dair Sözleşmenin 10. maddesinde belirtildiği gibi demokratik toplumun temel ilkelerinden birini ve toplumun ilerlemesi, kişinin gelişmesi için temel koşullardan birini oluşturduğunu dikkate alarak.

Yayıncılık politikası için vazgeçilmez bir temel oluşturan, özgür bilgi ve düşünce akışı ile yayıncıların bağımsızlığı ilkelerine bağlılıklarını teyid ederek,

175 Türkiye, Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nin 7 Ekim 1992 tarihinde yani sözleşmenin üyelere imzaya açılmasından 2,5 yıl sonra imzalamış **4 Kasım 1993** tarihinde **TBMM** tarafından **3915 sayılı** kanun ile onaylanmıştır. Sözleşme, ile ilgili onay kararı **11 Kasım 1993** tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanmış, **12 Aralık 1993** tarihinde ise Dışişlerinin gerekli işlemleri tamamlamasından sonra Sözleşme'nin tümü Türkçe ve İngilizce metinleri ile birlikte Resmi Gazete'de yayımlanmış. Ancak, Sözleşme'nin 29 maddesinin 4. fıkrası gereğince, uluslararası bir belge olarak Türkiye için yürürlüğe girme tarihinin, gerekli belgelerin Avrupa Konseyi Genel Sekreterliği'ne verilmesinden 3 ay sonra **1 Mayıs 1994** tarihinde uluslararası düzeyde bağlayıcı bir belge durumuna gelmiş ya da bir diğer deyişle Türkiye için Uluslararası düzeyde yürürlüğe girmiştir. Sözleşme, 1 Ekim 1998 tarihinde üye devletlerin imzasına açılmış; 2 yıl sonra da yürürlüğe girmiştir. Türkiye'de ek protokolün Resmi Gazete'de yayınlanması ise Nisan 2005 tarihidir. Verilen Sözleşme metni bu değişiklikler dikkate alınarak, ilk Sözleşmenin ilgili maddelerine eklenerek, yeni biçimi ile verilmiştir.

Tüm demokratik guruplar ve siyasi partiler arasında çoğulculuğun ve fırsat eşitliğinin korunması koşuluyla, kültürün genişlemesi ve özgürce kanaat oluşumunda yayıncılığın önemini vurgulayarak,

Bilgi ve iletişim teknolojisindeki sürekli gelişimin, ülke sınırlarına bakılmaksızın, ifade özgürlüğünün ve kaynağı ne olursa olsun, bilgi ve düşünceleri ifade etmek, aramak, almak paylaşmak hakkının daha ileri götürülmesine hizmet etmesi gereğine inanarak, Topluma, program hizmetleri arasında daha geniş bir seçme alanı sunmak ve böylece Avrupa mirasını görsel-işitsel eserlerin yaratılması geliştirmek isteğiyle ve bu kültürel amaca ulaşabilmek için üstün nitelikte programların üretimini ve dağıtımını arttırmak suretiyle toplumun siyasal, eğitim ve kültürel alanlardaki beklentilerine cevap vermeye kararlı olarak,

Hukuki düzenlemenin ortak genel çevresini bütünleştirme ihtiyacını dikkate alarak,

Kitle Haberleşme Alanında Avrupa Birinci Bakanlar Konferansı Bildirisi ve 2 No'lu Kararı'nı göz önünde bulundurarak,

Televizyon reklamları, haberleşme alanında kadın-erkek eşitliği, radyo ve televizyon alanında uydu kapasitesinin kullanımı ve Avrupa'da görsel-işitsel yapıtların gelişimi hususlarında Avrupa Konseyi'nin yürürlükteki tavsiyelerinde yer alan ilkelerin geliştirilmesi arzusu ile aşağıdaki hususlarda mutabık kalmışlardır.

BÖLÜM 1
GENEL HÜKÜMLER

Madde 1: Konu ve Amaç

Bu Sözleşme, yayınlarda yer alan program hizmetleriyle ilgilidir, Amaç taraflar arasında televizyon program hizmetlerinin sınır ötesi yayınını kolaylaştırmaktır.

Madde 2: Tanımlar

Bu Sözleşme bakımından,

a) "İletim" televizyon program hizmetlerinin tüm toplum tarafından izlenmesi amacıyla küresel vericiler, kablo veya hangi nitelikte olursa olsun, uydu tarafından şifreli veya şifresiz olarak yapılan ilk yayını ifade eder. Bu tanım, kişisel isteğe bağlı olarak yapılan haberleşme hizmetlerini kapsamaz.

b) "Yeniden İletim" tüm toplumun izlemesi amacıyla, kullanılan teknik araç ne olursa olsun, yayıncılar tarafından iletilen tam ve değişiklik yapılmamış televizyon

program hizmetlerinin veya bu hizmetlerin önemli bölümlerinin, alınması ve aynı anda iletilmesini ifade eder.

c) **(Değişiklik 1/10/1998)** "Yayıncı", genel olarak kamu tarafından izlenecek televizyon programı hizmetlerinin içeriğinin düzenlenmesinde editör sorumluluğuna sahip olan ve bunları ileten veya bütün olarak değiştirilmesinden bir üçüncü tarafça iletilmelerini sağlayan gerçek yada tüzel kişi anlamına gelmektedir

d) "Program Hizmeti" belirli bir yayın tarafından yukarıdaki paragrafta yer alan, tek bir hizmet içindeki bütün unsurları ifade eder.

e) "Görsel-işitsel Avrupa Eserleri" yapım veya ortak yapımları, Avrupalı gerçek veya tüzel kişilerin denetimindeki özgün eserleri ifade eder.

f) "Reklam" **(Değişiklik 1/10/1998)** bir ürün veya hizmetin satışını, satın alınmasını veya kiralanmasını artırmaya, bir amaç veya görüşü geliştirmeye veya reklamcı ya da yayıncının kendisi tarafından istenen herhangi bir diğer etkiyi yaratmaya yönelik, ödeme veya benzeri ivaz mukabili veya kendi kendini tanıma amacıyla kamuya yönelik olarak yapılan her türlü duyuru anlamına gelmektedir,"

g) "Program Desteklenmesi" yayın faaliyetleri veya görsel-işitsel eserlerin üretimi dışında faaliyette bulunan gerçek ve tüzel kişilerin, kendi isimlerini, markalarını veya izlenimlerini gerçekleştirmek amacıyla doğrudan veya dolaylı olarak bir programın finansmanına katılmalarını ifade eder.

h) "Tele-alışveriş" gayri menkuller de dahil olmak üzere mal ve hizmetlerin, hakların ve yükümlülerin ödeme karşılığında tedarik edilmesi için kamuya doğrudan yapılan icaplar anlamındadır;"

Madde 3: Uygulama Alanı

Bu sözleşme hükümleri, kablo küresel verici veya uydu ile olsun, taraflardan birinin yetki alanında teknik araçlarla iletilen veya yeniden iletilen ve birden fazla taraf ülkede doğrudan yada dolaylı olarak alınan program hizmetlerine uygulanır.

Madde 4: Yayın İzleme ve Yeniden İletim Özgürlüğü

Taraflar, İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Korunması Sözleşmesi'nin 10. maddesine uygun olarak ifade ve haber alma özgürlüğünü sağlayacak ve yayın izleme özgürlüğünü güvence altına alacak bu sözleşme hükümlerine uygun bulunan program hizmetlerinin kendi toprakları üzerinde yeniden iletimini kısıtlamayacaktır.

Madde 5: İleten Tarafların Yükümlülükleri

"Madde 5 **(Değişiklik 1/10/1998)** : İleten Akit Tarafların Görevleri;

1. İleten her bir akit Taraf kendi yargı yetkisi dahilindeki bir yayıncı tarafından iletilen tüm program hizmetlerinin bu Sözleşme şartlarına uygun olmasını temin edecektir.

2. Bu Sözleşme bakımından, Akit Taraflardan birisinin yargı yetkisi dahilindeki bir yayıncı:

- söz konusu Akit Taraf içinde 3. fıkraya göre kurulduğu kabul edilen yayıncıdır;

- hakkında 4. fıkranın uygulanacağı yayıncıdır.

3. Bu Sözleşmenin amaçları için bir Akit Taraf'ta kurulduğu kabul edilen yayıncı, bundan böyle, aşağıdaki durumlarda, ileten Taraf olarak alınacaktır:

a) Yayıncının merkez bürosunun söz konusu Akit Taraf içinde bulunduğu ve program planları ile ilgili kararların söz konusu Akit Taraf içinde alındığı durumlarda;

b) Eğer bir yayıncının merkezi bir Akit Taraf içinde fakat program planları ile ilgili kararlar başka bir taraf içinde alınıyorsa, televizyon yayıncılığı faaliyeti ile ilgili işgücünün önemli bir bölümünün çalıştığı Akit Tarafta kurulu olarak kabul edilecektir; eğer televizyon yayıncılığı faaliyeti ile ilgili işgücünün önemli bir bölümü söz konusu Akit Tarafların her birinde çalışıyorsa, yayıncı merkezinin bulunduğu Akit Tarafta kurulu olarak kabul edilecektir; eğere televizyon yayıncılığı faaliyeti ile ilgili iş gücünün önemli bir bölümü söz konusu Akit Tarafların hiçbirisinde çalışmıyor ise, yayıncı söz konusu Akit Tarafın ekonomisi ile sabit ve etkin bir bağlantıyı muhafaza etmek kaydıyla, yayıncılığa söz konusu Akit Tarafın hukuk sistemine uygun olarak ile başladığı Akit Taraf içinde kurulu olarak kabul edilecektir.

c) Eğer bir yayıncının merkezi bir Tarafta ise fakat program planları ile ilgili kararlar bu Sözleşmeye Taraf olmayan bir Devlette alınıyor ise, veya tam tersi durum söz konusu ise, televizyon yayıncılığı faaliyeti ile ilgili işgücünün önemli bir bölümünün söz konusu Akit Tarafta çalışması kaydıyla, ilgili Akit Tarafta kurulu olarak kabul edilecektir;

d) Eğer üye Devletlerde televizyon yayıncılığı faaliyetleri ile ilgili yasa, yönetmelik veya idari işlemlerde öngörülen belirli hükümlerin koordinasyonuna ilişkin 89/552/EEC sayılı Konsey Direktifini değiştiren Avrupa Parlamentosu ile Konseyin 19 Haziran 1997 tarihli 97/36/EC sayılı Direktifin 2.Maddesinin 3. fıkrası ölçütleri uygulanırken bir yayıncı Avrupa Topluluğunun bir üye Devletinde kurulu olarak kabul ediliyorsa, söz konusu yayıncı bu Sözleşme amaçları için de söz konusu Devlette kurulu olarak kabul edilecektir.

4. 3. fıkra kapsamı dışında kalan bir yayıncı aşağıdaki durumlarda, ileten Akit Taraf olarak anılan bir Akit Tarafın yargı yetkisi dahilinde olduğu kabul edilecektir:

a) Eğer 4. fıkraya göre ileten Akit Taraf belirlenemiyorsa Söz konusu Akit Tarafça verilen bir frekans kullanıldığında;

b) Bir Akit Tarafça verilen bir frekansı kullanımsına rağmen, söz konusu Akit Tarafa ait bir uydu kapasitesini kullandığında;

c) Bir Akit Tarafça verilen bir frekansı veya bir Akit Tarafa ait bir uydu kapasitesini kullanmasına rağmen, söz konusu Akit Tarafta yerleşik bulunan bir uydu bağlantısını kullandığında.

5. Daimi Komite bu Akit Tarafı belirlemek için bu konuyu 21. Maddesinin 1. fıkrasının (a) bendine göre değerlendirilecektir;

6. Bu Sözleşme, münhasıran bu sözleşmeye Taraf olmayan Devletlerde alınması amaçlanan ve bir veya daha fazla Akit Taraf halkı tarafından doğrudan ya da dolaylı olarak alınmayan televizyon yayınları için geçerli olmayacaktır.

Madde 6: Bilgi Temini

1. Yayıncının sorumlulukları, tarafların yetkili makamı tarafından verilen ruhsat veya yapılacak sözleşmede veya diğer hukuki bir belgede açık ve yeterli şekilde belirtilir.

2. Yayıncı ile ilgili bilgiler, istendikleri taktirde verilmek üzere, ileten tarafın yetkili organları tarafından sağlanır. Bu bilgiler en az; yayıncının adı veya ünvanı, konumu ve statüsü, yasal temsilcisinin adı, sermayesinin bileşimi, yayıncının yaptığı veya yapmayı planladığı program hizmetlerinin finansman niteliği, amacı ve biçimini kapsar.

BÖLÜM II
PROGRAM KONULARI

Madde 7: Yayıncının Sorumlulukları

a) Program hizmetlerinin sunuş ve içerik bakımından bütün unsurları, insan onuruna ve temel insan haklarına saygılı olacaktır.

Program hizmetleri, özellikle:

b) Edebe aykırı olmayacak ve pornografi içermeyecek,

c) Şiddet eğilimini körüklemeyecek veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmayacaktır.

1.Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyebilecek türden program hizmetleri, bunların seyredebileceği zaman ve saatlerde yayınlanmayacaktır.

2.Yayıncı haberlerde gerçekler ve olayların doğru olarak sunulmasını sağlayacak ve özgürce kanaat oluşumunu teşvik edecektir.

Madde 8: Cevap Hakkı

1. Her bir ileten Taraf, milliyet veya ikametgahtan bağımsız olarak her gerçek veya tüzel kişinin 5. Madde kapsamında kendi yargı yetkisi dahilindeki bir yayıncı tarafından iletilen programlarla ilgili olarak bir cevap hakkını kullanma veya diğer benzeri yasal veya idari yollara başvurma fırsatına sahip olmasını temin edecektir. Özellikle, cevap hakkının kullanımına ilişkin olarak verilen süre ve diğer koşulların, bu hakkın etkin kullanılmasını sağlayacak biçimde olmasını temin edecektir. Bu hakkın veya diğer benzeri yasal veya idari yolların etkili kullanımı hem zamanlama hem de usul açısından temin edilecektir.

2. Bu amaçla, program hizmetinin veya bu program hizmetinden sorumlu olan yayıncının adı program hizmetinin içinde uygun yolla düzenli aralıklarla belirtilecektir,"

Madde 9: (Değişiklik 1/10/1998) Kamunun bilgilere erişmesi

Akit Taraflardan her biri, kamunun haber alma hakkının bir yayıncının yargı yetkisi dahilindeki bir olayın 3. Madde kapsamındaki münhasır iletim ve yeniden iletim haklarını kullanmasından dolayı engellenmesini önlemek üzere, kamuyu yakından ilgilendiren olaylarla ilgili kısa rapor verme hakkını uygulamak gibi yasal önlemleri inceleyecek ve gerektiğinde alacaktır."

(Değişiklik 1/10/1998 Mükerrer)

Madde 9: Kamunun büyük öneme sahip olaylara erişimi

1. Akit Taraflardan her birinin kendi yargı yetkisi dahilindeki bir yayıncının söz konusu Akit Tarafça toplum için büyük öneme sahip olarak değerlendirilen olayları söz konusu Akit Taraftaki halkın önemli bir oranını bu gibi olayları ücretsiz televizyondan canlı yayınla veya banttan yayınla izleme olanağından mahrum edecek şekilde münhasır esasa göre yayınlanmasını temin etmek için önleme

alma hakkını bulacaktır. Eğer böyle yaparsa, ilgili Akit Taraf, toplum için büyük öneme sahip olarak değerlendirdiği belirtilen olayların taslak listesine başvurabilir.

2. Akit Taraflar uygun yollarla, İnsan Haklarını ve Temel Özgürlükleri Koruma Sözleşmesi ile yerine göre ulusal anayasa tarafından sağlanan yasal garantilere riayet ederek, yargı yetkileri dahilindeki bir yayıncının Avrupa Sınırötesi televizyon Sözleşmesini Değiştiren Protokolün yürürlüğe girme tarihinden sonra söz konusu yayıncı tarafından satın alınan münhasır hakları bile diğer Akit Tarafça belirlenen olayları tamamen veya kısmen canlı yayınla veya kamu yararı için objektif nedenlerle gerektiğinde ya da uygun olduğunda tamamen veya kısmen banttan yayınla diğer Aktif Tarafça 1. fıkrada belirlendiği şekilde ücretsiz televizyondan izleme olanağından mahrum edilecek şekilde kullanmamasını temin edecek ve bunu yaparken aşağıdaki şartlara uyacaktır:

a) 1. fıkrada anılan önlemleri uygulayan Akit Taraf, söz konusu Akit Tarafça toplum için büyük öneme sahip olarak değerlendirilen ulusal veya ulusal olmayan olayların bir listesini oluşturacaktır;

b) Söz konusu Akit Taraf bunu uygun ve etkin süre içinde açık ve şeffaf bir şekilde yapılacaktır;

c) Söz konusu Akit Taraf olayların tamamen veya kısmen canlı yayınla veya kamu yararı için objektif nedenlerle gerektiğinde ya da uygun olduğunda tamamen veya kısmen banttan yayınla verilmesine karar verecektir;

d) listeyi yapan Akit Tarafça alınan önlemler orantılı ve diğer Akit Tarafların bu fıkrada alınan önlemleri almasını sağlamak için gerektiği kadar ayrıntılı olacaktır;

e) Listeyi yapan Akit taraf listeyi ve ilgili önlemleri Daimi komiteye bildirecektir ve bunun zaman sınırını Daimi Komite tespit edecektir;

f) Listeyi hazırlayan Akit Tarafça alınan önlemler Daimi Komitenin 3. fıkrada anılan yıllık listede yayınlanan olaylar ve bu değişiklik Protokolü'nün yürürlüğe girmesinden sonra satın alınan münhasır haklar için geçerli olacaktır.

Bu paragrafa dayanan önlemler yalnızca Daimi Komite tarafından 3. fıkrada anılan yıllık listede yayınlanan olaylar ve bu değişiklik Protokolü'nün yürürlüğe girmesinden sonra satın alınan münhasır haklar için geçerli olacaktır

3. Daimi Komite yılda bir defa:

a) Akit tarafça 2. fıkranın (e) bendine göre bildirilen listelenmiş olayların ve ilgili önlemlerin birleştirilmiş bir listesi yayınlanacaktır;

b) Bu maddenin ve ilgili Avrupa Topluluğu hükümlerinin uygulanması arasında farklılıklar olmasını önlemek üzere yukarıda 2. fıkranın (a) ile (e) bendinde sıralanan şartlara ek olarak üyelerin dörtte üç çoğunluğu ile kabul edilecek kurallar hazırlanacaktır."

Madde 10: Kültürel Hedefler

1. **(Değişiklik 1/10/1998)** İleten Akit Taraflardan her biri, uygun olduğu ölçüde ve uygun yollarla, yargı yetkisi dahilindeki bir yayıncının haberler, spor olayları, oyunlar, reklamlar, teletext ve tele-alışveriş için ayrılan süre dışında iletim süresinin büyük bir oranını Avrupa eserlerine ayrılmasını temin edecektir. Bu oran, yayıncının izleyici kitlesine karşı bilgi, eğitim, kültür ve eğlence sorumlulukları göz önünde bulundurularak, uygun ölçülere dayanılarak aşamalı bir şekilde sağlanacaktır."

2 Yukarıdaki paragrafın uygulanması sırasında, alan ve ileten taraflar arsında bir anlaşmazlığa yol açılırsa, taraflardan birinin isteği üzerine, konu ile ilgili istişari görüş almak üzere, Daimi Komisyona başvurulabilir. Böyle bir anlaşmazlık, 26 maddede öngörülen hakemlik yönetimine sunulmaz.

3. Taraflar yayıncılar arasında ayrım yapmadan, özellikle görsel-işitsel eser üretimi düşük veya konuşulan dili sınırlı olan ülkelerde, en uygun vasıtaları ve yönetmenleri kullanarak, Avrupa yapımlarının üretimini ve geliştirilmesini birlikte araştırmayı kabul ederler.

4. taraflar, bu Sözleşmenin özü olan işbirliği ve karşılıklı yardımlaşma ruhu ile Sözleşmenin ruhu 3. maddesinin anlamı içinde, kendi yetki alanlarındaki kuruluşlar veya teknik vasıtalarla iletilen veya yeniden iletilen program hizmetlerinin, basının çoğulculuğuna ve sinema sanayiinin gelişimine karşı bir tehlike oluşturmasını önlemek için gayret sarfedeceklerdir. Hak sahibi ve yayıncılar arsında aksine bir mutabakat mevcut olmadıkça, sinemalardaki ilk gösterim tarihinden iki yıl geçmeden hiçbir sinema eseri iletilmeyecektir. Bu süre yayıncının üretimine ortak olduğu sinema eserleri için bir yıl olacaktır.

5. **(Değişiklik 1/10/1998)** Taraflar, yargı yetkileri dahilindeki bir yayıncının sinematografik eserleri hak sahipleri ile üzerinde anlaşmaya varılan süreler dışında yayınlanmasını temin edecektir."

"Mükerrer Madde 10: **(Değişiklik 1/10/1998)** Medya Çoğunluğu

Akit taraflar, bu Sözleşmenin temelinde yatan işbirliği ve karşılıklı yardım ruhu içinde, 3. Madde kapsamında yargı yetkileri dahilindeki bir yayıncı veya diğer tüzel

ya da gerçek kişiler tarafından iletilen veya yeniden iletilen program hizmetlerinin medya çoğunluğunu tehlikeye atmasını önlemek için çaba göstereceklerdir.”

BÖLÜM III

(Değişiklik 1/10/1998)

“REKLAMLAR VE TELE-ALIŞVERİŞ”

Madde 11: Genel İlkeler

1. Reklamlar ve tele-alışveriş adil ve dürüst olacaktır.

2. Reklamlar ve tele-alışveriş yanıltıcı olmayacak ve tüketicilerin çıkarlarına zarar vermeyecektir.

3. çocuklara yönelik olan veya çocukları kullanan reklamlar ve tele-alışveriş onların çıkarlarına zarar verebilecek şeylerden kaçınacak ve onların özel hassasiyetlerini göz önünde bulunduracaktır.

4. tele-alışveriş küçükleri mal ve hizmetleri satın almaya veya kiralamaya teşvik edecektir.

5. Reklamcı, programların içeriği üzerinde herhangi bir editör etkisi kullanmayacaktır.”

Madde 12. (Değişiklik 1/10/1998) Süre

1. 3. fıkra kapsamındaki tele-alışveriş pencereleri dışında, tele-alışveriş kuşaklarının, reklam kuşaklarının ve diğer biçimlerdeki reklamcılığın oranı günlük iletim süresinin %20’sini aşmayacaktır. Reklam kuşaklarının iletim süresi günlük iletim süresinin %15’ini aşmayacaktır.

2. Belirli bir saat içindeki reklam kuşaklarının ve tele-alışveriş kuşaklarının oranı %20’yi aşmayacaktır.

3. Özel olarak tele-alışveriş ayrılmamış program hizmetleri içinde yayınlanan tele-alışverişe ayrılmış olan pencereler en az 15 dakika kesintili sürede olacaktır. Günde maksimum pencere sayısı sekiz olacaktır. Bunların toplam süresi günde üç saati geçmeyecektir. Bunlar optik ve akustik yollarla açıkça teşhis edile bilinmelidir.

4. Bu Madde amaçları için reklamlar aşağıdakileri içermeyecektir.

- yayıncı tarafından kendi programları ve bu programlardan derlenen yan ürünler ile bağlantılı olarak yapılan duyurular;

- ücretsiz olarak yayınlanan kamu yararına ve yardım amacıyla yapılan duyurular.”

Madde 13: (Değişiklik 1/10/1998) Biçim ve Sunuş

1. Reklamlar ve tele-alışveriş olarak açıkça ayrıt edilebilecek ve diğer program hizmeti unsurlarından optik ve/veya akustik yollarla fark edilecek şekilde ayrı olacaktır. Prensip olarak, reklam ve tele-alışveriş kuşakları bloklar halinde yayınlanacaktır.

2. Reklamlar ve tele-alışveriş bilinçaltı tekniklerini kullanmayacaktır.

3. Özellikle reklam amacına hizmet ettiğinde ürünlerin ve hizmetlerin programlarda sunulmasında gizli reklam ve tele-alışverişe izin verilmeyecektir.

4. Reklamlarda ve tele-alışveriş düzenli olarak haber ve güncel olay programlarını sunan kişiler görsel olarak veya sesle rol almayacaktır."

Madde 14: (Değişiklik 1/10/1998) Reklam ve tele-alışveriş yerleştirilmesi

1. Reklamlar ve tele-alışveriş programlar arasına yerleştirilecektir. Bu maddenin 2 ila 5. fıkralarında yer alan şartların yerine getirilmesi kaydıyla, reklam ve tele-alışveriş kuşakları programın bütünlüğü ve değeri ile hak sahiplerinin haklarına zarar verilmeyecek şekilde programların içine yerleştirilebilir.

2. Bağımsız bölümlerden oluşan programlarda veya devre araları içeren spor programları ve benzer yapıdaki olaylar ve gösterilerde reklam ve tele-alışveriş kuşakları yalnızca bölümler veya devre aralarına yerleştirilecektir.

3. Filimler ve televizyon için yapılan filimler (seriler, diziler, hafif eğlence programları ve belgeler hariç) gibi görsel-işitsel eserlerin iletilmesi, planlanan sürelerinin kırk beş dakikadan daha uzun olması kaydıyla, her tam kırk beş dakikalık süre için bir defa kesilebilir. Eğer planlanan süreleri iki veya daha fazla tam kırk beş dakikalık süreden en az yirmi dakika daha uzunsa bir defa daha kesilmelerine izin verilir.

4. Yukarıdaki 2. fıkra kapsamı dışındaki programlar reklam veya tele-alışveriş kuşakları ile kesilirse, program içindeki birbirini izleyen her reklam veya tele-alışveriş kesintisinin arasında en az yirmi dakika geçmelidir.

5. Herhangi bir dini ayin yayını içine reklam ve tele-alışveriş yerleştirilmeyecektir. Süreleri otuz dakikadan kısa olduğu zaman haberler ve güncel programlar, belgeseller, dini programlar ve çocuk programları reklam veya tele-alışveriş ile kesilmeyecektir. Eğer süreleri otuz dakika veya daha uzun ise, önceki paragrafların hükümleri geçerli olacaktır."

Madde 15: (Değişiklik 1/10/1998) Belirli ürünlerin reklamları ve tele-alışveriş

1. Tütün ürünlerinin reklamına ve tele-alışverişine izin verilmeyecektir.

2. Her çeşit alkollü içeceğin reklamı ve tele-alışverişine aşağıdaki kurallara uygun olacaktır:

a) Bunlar özellikle küçüklere yönelik olmayacak ve reklamlarda veya tele-alışverişlerde küçükler alkollü içeceklerin tüketilmesi ile ilgili olarak görünmeyecektir.

b) Alkol tüketimi fiziksel bir etkinliğe veya araba kullanmaya bağlı olarak sunulmaz.

c) Reklamlarda, alkolün tedavi edici özellikle taşıdığı veya uyarıcı, yatıştırıcı ve özel sorunların çözülmesinde yararı olduğu gibi unsurlara yer verilmez.

d) Reklamlar, aşırı alkol tüketimini teşvik edici edici biçimde düzenlenmeyecek veya alkol kullanmayı yahut ılımlı içmeyi olumsuz bir özellik olarak göstermeyecektir.

e) Reklamlar, içindeki alkol muhtevası konusunda gereksiz ibarelere yer vermeyecektir.

3. İleten taraf ülkesinde sadece reçete ile satışına izin verilen ilaç veya tedavilerin reklamı yapılmayacaktır.

4. Diğer ilaç tedavilerin reklamlar, dürüst gerçeği yansıtan ve doğrulanması mümkün unsurlardan oluşacak ve kişinin zarardan korunma gereklerine uygun olacaktır.

(Fransızca metninde yapılan değişiklik)

b) Alkol tüketimini fiziki performansa veya araç kullamına bağlamamalıdırlar.

c) Alkollü içeceklerin, tedavi edici özelliklere sahip olduğunu, uyarıcı, rahatlatıcı etkileri bulunduğunu veya kişisel sorunları çözebileceğini akla getirmemelidir.

d) Alkollü içeceklerin ölçüsüz şekildeki tüketimini teşvik etmemeli, alkolün bırakılması veya hiç içilmemesine ilişkin olumsuz bir imaj vermemelidirler.

e) İçeceklerin alkol derecesini uygun olmayan şekilde belirtmemelidirler.

f) **(Değişiklik 1/10/1998)** İlaçlar ve tıbbi tedavi için tele-alışverişe izin verilmeyecektir.

Madde 16: (Değişiklik 1/10/1998) Belirli Bir Ülkeye Yöneltilen Reklamlar

Özellikle tek bir Akit Tarafa yönelik reklamlar ve tele-alışveriş

1. Rekabette bozulmayı önlemek ve bir Tarafın televizyon sistemini tehlikeye atmamak için, özellikle ve belirli bir frekansla iletilen Akil Taraf dışında tek bir Akil tarafın izleyicine yönlendirilen reklamlar ve tele-alışveriş kurallarını çiğnemeyecektir.

2. Aşağıdaki durumlarda yukarıdaki fıkranın hükümleri geçerli olmayacaktır.

a) ilgili kuralla söz konusu Akil Tarafın yargı yetkisi dahilindeki bir yayıncı tarafından iletilen reklamlar ve tele-alış-veriş ile bir değer Akil Tarafın yargı yetkisi içindeki bir yayıncı veya başka bir tüzel ya da gerçek kişi tarafından iletilen reklamlar ve tele-alışveriş arasında bir ayrımcılığa yol açtığında veya

b) Akil Taraflar bu alanda ikili veya çok taraflı anlaşmalar yapmış olduğunda.

BÖLÜM IV
PROGRAM DESTEKLENMESİ

Madde 17: Genel İlkeler

1. Bir program veya dizi program, tamamen veya kısmen mali destek sağladığı taktirde, bu husus programın başında ve/veya sonunda uygun ibarelerle belirtilir.

2. Mali destek veren hiçbir şekilde, yayıncının sorumluluğunu ve bağımsızlığını etkileyecek biçimde program içeriği ve yayınlanış biçimine, müdahale edemez.

3. Desteklenen programlarda, mali destek veren veya üçüncü bir kişiye ait olan mal ve hizmetlere atıfta bulunarak, bunların alınması, satılması ve kiralanması teşvik edilemez.

Madde 18: Yasaklanan Mali Destek

1. **(Değişiklik 1/10/1998)** Programlara başlıca faaliyet konusu reklamı ve tele-alışverişi 15. Madde marifetiyle yasaklanan ürünlerin imalatı veya satışı ya da hizmetlerin sağlanması olan gerçek veya tüzel kişiler sponsor olamazlar.

2. Faaliyetleri arasındaki ilaçlar ve tıbbi tedavilerin imalatı veya satışı bulunan şirketler, ileten Akit Tarafta yalnızca tıbbi reçete ile temin edebilen ilaçlara veya özel tıbbi tedavilere atıfta bulunulması hariç olmak üzere, şirketin ismini, ticari markasını, imajını veya faaliyetlerini tanıtarak programlara sponsor olabilirler.

MÜKERRER BÖLÜM IV
MÜNHASIRAN KENDİ KENDİNİ TANITMAYA VEYA TELE-ALIŞVERİŞE AYRILAN PROGRAM HİZMETLERİ

Madde 18: (2. Mükerrer madde / değişiklik 1/10/1998) Münhasıran tele-alışverişe ayrılan program hizmetleri

1.Bu sözleşmenin hükümleri gerekli değişiklikler yapılarak münhasıran tele-alışverişe ayrılan program hizmetleri için geçerli olacaktır.

2. Bu hizmetlerde reklama 12. Maddenin 1. fıkrasında tespit edilen sınırlar dahilinde izin verilecektir. 12. Maddenin 2. fıkrası geçerli olmayacaktır.

BÖLÜM V
KARŞILIKLI YARDIMLAŞMA

Madde 19: Taraflar Arasında İşbirliği

1. Bu sözleşmenin uygulanması için taraflar birbirlerine yardımda bulunmaya taahhüt ederler.

2. Bu amaçla:

a) Her Akit Devlet, tayin edeceği bir veya daha fazla yetkili makamın isim ve adreslerini onama, kabul veya katılma belgelerini sundukları sırada Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'ne bildirir,

b) Birden fazla yetkili makam belirlemiş olan her Akit Devlet, bu makamların yetki alanlarına (a) paragrafında öngörülen paragrafında öngörülen bildiride açıklayacaktır.

3. Bir tarafça görevlendirilen yetkili makam:

a) Bu sözleşmenin 6. maddesinin 2. paragrafında öngörülen bilgileri sağlar.

b) Başka bir tarafın yetkili makamı tarafından istenebilecek, iç mevzuat veya bu Sözleşme hükümlerinin kendi ülkesinde uygulanma esasları hakkındaki bilgiyi ilgili tarafa ulaştırır.

c) Bu sözleşmenin uygulanmasını sağlayacak etkili tedbirlerin etkinliğini artırmak amacı ile diğer tarafların yetkili makamları ile işbirliği yapar.

d) Başka bir taraf yetkili makamı, bu Sözleşmenin uygulanması ile ilgili olarak dikkat çekilen bir güçlüğü inceler.

BÖLÜM VI
DAİMİ KOMİSYON

Madde 20. Daimi Komisyon

1. Bu sözleşmenin amaçları çerçevesinde bir Daimi Komisyon oluşturulur.

2. Her taraf, Daimi Komisyonda bir veya daha fazla delege ile temsil edilebilir. Her delegasyonun bir oy hakkı vardır. Avrupa Ekonomik Topluluğu kendi uzmanlık

alanına giren konularda, kendisine üye devletlerden,bu Sözleşmeye taraf olanların sayısı kadar oy hakkını kullanabilir. Ancak ilgili üye Devletler kendi oy haklarını münferit olarak kullandıkları taktirde Avrupa Ekonomik Topluluğu oy hakkını kullandığında üye Devletler bu hakkı kullanamayacaktır.

3. Bu sözleşmeye taraf olmayan 29. maddenin 1. paragrafında sözü edilen her Devlet, Daimi Komisyonda bir gözlemci ile temsi edilebilir.

4. (Değişiklik 1/10/1998) Daimi Komisyon, görevlerini yerine getirebilmek için uzmanların tavsiyelerine başvurabilir. Daimi Komisyon kendi girişimi ile veya ilgili kuruluşun isteği üzerine, herhangi bir ulusal veya uluslar arası veya hükümet veya hükümet dışı kuruluşları, bu Sözleşme kapsamındaki teknik bir alanda temayüz etmiş gözlemcileri bir toplantının tümünde veya bir kısmında bulunmak üzere davet edebilir.

5. Daimi Komisyon Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'nin çağrısı ile toplanır. İlk toplantı bu Sözleşmenin yürürlüğe girmesinden itibaren altı ay içerisinde yapılır. Daha sonra tarafların 1/3'nün veya Avrupa Konseyi bakanlar Kurulu'nun isteği üzerine veya 23. maddenin 2. paragrafı hükümlerine uygun olarak Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'nin isteği ile veya 21. maddenin (c) ve 25. maddenin 2. paragrafı hükümlerine uygun olarak bir veya daha fazla tarafın isteği üzerine toplantı yapılır.

6. Tarafların çoğunluğu Daimi Komisyon toplantı nisabını oluşturur.

7. **(Değişiklik 1/10/1998)** Mükerrer 9. Maddenin 3. fıkrası ve 23. Maddenin 3. fıkrası hükümlerine tabi olarak, Daimi Komitenin kararları mevcut üyelerin dörtte üç oy çoğunluğuyla alınacaktır.

8. Daimi Komisyon kararları, 4. paragraf ve 23. maddenin 3. fıkrası hükümlerine uygun şekilde mevcut üye sayısının ¾ çoğunluğu ile alınır.

9. Daimi Komisyon, çalışma esaslarını bu Sözleşme hükümlerine bağlı kalmak kaydıyla kendisi belirler.

Madde 21. Daimi Komisyonun Görevleri

Daimi Komisyon, bu Sözleşmenin uygulanmasını takip ile sorumludur.

Buna Göre:

1. a) Taraflara Sözleşmenin uygulanmasını ilişkin tavsiyelerde bulunur.

Gerektiğinde Sözleşmede değişiklik yapılmasını teklif eder ve 23. madde hükümlerine uygun şekilde yapılan değişiklik tekliflerini inceler.

b)Bir veya daha fazla tarafın isteği üzerine, Sözleşmenin yorumlanmasından doğan sorunları inceler.

c) 25. madde hükümlerine göre çıkabilecek güçlüğü dostça çözümlemek için gerekli bütün gayreti sarf eder.

d) 29. maddenin 1. fıkrasında belirtilenlerin dışında kalan Devletlerin bu Sözleşmeye katılmaya davet edilmesi için Bakanlar Kurulu'na tavsiyede bulunur.

f) **(Değişiklik 1/10/1998)** Mükerrer 24. Maddenin 2. fıkrasının (c) bendi uyarınca hakların suistimaline görüş bildirmek.

2. Ayrıca, Daimi Komite:

a) Bu Sözleşmenin toplum için büyük öneme sahip olaylara kamunun erişimi ile ilgili hükümleri ile muadil Avrupa Topluluğu mevzuatının uygulanması arasındaki farklılıkların ortaya çıkmasını önlemek üzere Mükerrer 9. Maddenin 3. fıkrasının (b) bendindede izahnameyi hazırlayacaktır;

b) Akit Taraflarca Mükerrer 9. Maddenin 2. fıkrasına göre toplum için büyük öneme sahip olarak değerlendirilen ulusal ve ulusal olmayan olayların bir listesini hazırlayan söz konusu Akit Taraflarca alınan önlemlere ilişkin görüş bildirecektir,

c) Akit taraflarca Mükerrer 9. Maddenin 2. fıkrasının (e) bendine uygun olarak bildirilen olayların ve ilgili yasal birleştirilmiş bir listesini yılda bir yayınlayacaktır.

Madde 22. Daimi Komisyon Raporu

Daimi Komisyon her toplantıda sonra taraflara ve Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulu'na görüşülen konular ve alınan kararlar hakkında bir rapor sunar.

BÖLÜM VII
DEĞİŞİKLİKLER

Madde 23. Değişiklikler

1. Tarafların herhangi biri bu sözleşmede değişiklik yapılmasını teklif edebilir.

2. Değişiklik teklifleri Avrupa Konseyi Genel Sekreterliği'ne bildirilir. Genel Sekreter, teklifi Avrupa Konseyi üyesi Devletlere Avrupa Kültür anlaşmasına taraf Devletlere, Avrupa Topluluğu'na ve 30. madde hükmüne uygun olarak bu Sözleşmeye katılmaya davet edilmiş veya katılmış olan Avrupa Konseyi üyesi olmayan Devletlere bildirilir. Teklifin bildirilmesinden itibaren iki ay içinde Avrupa Konseyi Genel Sekreteri, Daimi Komisyonu toplantıya çağırır.

3. Daimi Komisyon, değişiklik tekliflerini inceler ve Daimi Komisyon üyelerine ¾ çoğunluğu ile kabul edilen teklifi bakanlar Kurulu'nun onayına sunar. Onaydan sonra belge tarafların kabulüne sunulur.

4. Değişiklikler, bütün tarafların Genel Sekretere kabul bildirimlerini yaptıkları tarihten itibaren otuz gün sonra yürürlüğe girer.

5. **(Değişiklik 1/10/1998)** Ancak Bakanlar Komitesi, Daimi Komiteye danıştıktan sonra belirli bir değişikliğin, Akit Taraflardan birisi Avrupa Konseyi Genel Sekreterine değişikliğin yürürlüğe girmesine ilişkin bir itiraz bildirmediği takdirde, kabule açıldığı tarihten sonra 2 yıllık bir sürenin bitiminin ardından yürürlüğe girmesine karar verecektir. Böyle bir itirazın bildirilmesi halinde değişiklik, itiraz bildiren Akit Tarafın Avrupa Konseyi Genel Sekreterine kabul belgesini verdiği tarihi takip eden ayın ilk gününde yürürlüğe girecektir.

6. **(Değişiklik 1/10/1998)** Alan taraf, tahkim işlemi tamamlanana kadar ilgili program hizmetine karşı herhangi bir önlem almayacaktır.

7. **(Değişiklik 1/10/1998)** Bu madde uyarınca önerilen veya alınan tüm önlemler İnsan Hakları ve Temel Hürriyetlerin Korunmasına Dair Sözleşmenin 10. Maddesine uygun olacaktır.

BÖLÜM VIII
SÖZLEŞMENİN İHLALİ İDDİALARI

Madde 24. Sözleşmenin İhlali iddiaları

1. Taraflardan biri bu Sözleşmenin ihlal edildiğini gördüğünü, ileten tarafa ihlal iddiasını bildirecek ve taraflar 19., 25. ve 26. madde hükümlerinin esas alarak sorunu birlikte çözmeye çalışacaktır.

2. İhlal iddiasının önemli toplumsal sorunlar yaratabilecek ciddiyet ve ağırlıkta olması ve Sözleşmenin 7. maddesinin 1. ve 2. paragrafları, 12. maddesi, 13. maddesinin 1. paragrafı, 14 maddesi, 15 maddesinin 1. veya 3. paragrafı ile ilgili bulunması ve durumun ilgili tarafa bildirilmesinden sonra iki hafta daha devam etmesi halinde, alıcı taraf iddia konusu programın yeniden iletimini geçici olarak durdurabilir.

3. 4. paragrafta öngörülen haller dışındaki diğer bütün ihlal iddialarında durumun bildirilmesini takip eden sekiz ay içinde iddia konusunun devam etmesi halinde alıcı taraf söz konusu programın yeniden iletimini geçici olarak durdurabilir

4. 7. maddenin 3. fıkrası ile 8.,9. ve 10. madde kapsamına giren ihlal iddialarında, yeniden iletimin geçici olarak durdurulmasına izin verilmez.

BÖLÜM IX
ANLAŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜMÜ

Madde 25. Uzlaşma

1. Bu sözleşmenin uygulanmasında doğan güçlüklerin dostça çözümlenmesi için gayret sarf edilecektir.

2. İlgili taraflardan biri itiraz etmediği taktirde, sorun, Daima Komisyon tarafından incelenebilir. Daimi Komisyon soruna hızlı ve tatmin edici bir çözüm getirmek ve gerektiğinde konuyla ilgili istişari görüş bildirmek üzere ilgili taraflara yardım eder.

3. İlgili taraflar, Daimi komisyonun yukarıdaki paragrafta öngörülen görevini yerine getirebilmesi için gerekli bütün bilgi ve kolaylıkları gecikmeden sağlamayı taahhüt ederler.

Madde 26. Tahkim

1. İlgili taraflar, 25. madde çerçevesinde aralarındaki uyuşmazlığı çözümleyemedikleri taktirde, tarafların ortak anlaşmaları ile sorunu bu Sözleşme ekine öngörülen esaslara uygun olarak, hakem huzuruna getirdiği sorunun uzlaşma yolu ile çözümü için yapılan ilk başvuruyu takip eden altı ay içinde böyle bir anlaşmaya varılmadığı taktirde, anlaşmazlık taraflardan birinin isteği üzerine hakeme sunulabilir.

2. Taraflardan biri, her zaman diğer tarafın aynı yükümlülüğü kabul ettiğine dair özel bir anlaşma aramaksızın, bu Sözleşme ekinde öngörülen hakemlik yönetimini zorunlu olarak tanıdığını bildirebilir.

BÖLÜM X
DİĞER ULUSLARARASI ANLAŞMALAR VE DÜZENLEMELER VE TARAFLARIN İÇ HUKUKU

Madde 27. Diğer Uluslar arası Anlaşma ve Düzenlemeler

1. Avrupa Topluluğu üyesi taraflar, kendi aralarındaki ilişkilerde, bu Sözleşme ile getirilen kurallara değil, Topluluk kurallarına tabi olacaklardır. Ancak ilgili konuda Topluluk mevzuatı mevcut değilse bu Sözleşme hükümleri uygulanır.

2. Bu sözleşmede bulunan hiçbir hüküm, tarafların bu Sözleşme hükümlerini veya uygulama alanını tamamlayan veya genişleten uluslararası andlaşmalar yapmasını engelleyemez.

3. İkili andlaşmalar durumunda, bu andlaşmalar, diğer tarafların bu Sözleşmeden doğan hakları veya yükümlülüklerinin yerine getirilmesini engelleyemediği sürece, bu Sözleşme ikili andlaşmalrdan doğan hak ve yükümlülükleri değiştiremez.

Madde 28: (Değişiklik 1/10/1998) Sözleşme ile Akit Tarafların iç hukukları arasındaki ilişkiler

Bu Sözleşmedeki hiçbir hüküm Akit Tarafların 5. Madde kapsamında kendi yargı yetkileri dahilinde kabul edilen bir yayıncı tarafından iletilen program hizmetlerine bu Sözleşme öngörülenden daha katı veya daha ayrıntılı kurallar uygulamalarını engellemeyecektir.

Bu Sözleşmede yer alan hiçbir hüküm, tarafların, 2. Madde anlamı içinde kendi yetki alanlarındaki teknik imkan ve kuruluşlarla iletilen program hizmetlerine daha katı ve ayrıntılı kurallar uygulanmasını engellemez.

BÖLÜM XI
SON HÜKÜMLER

Madde 29. İmza ve Yürürlülük

1. Bu Sözleşme, Avrupa Konseyi'ne üye olan Devletlerin Avrupa Kültür Antlaşmasına taraf olan diğer

Devletlerin ve Avrupa Topluluğu'nun imzasına açılacaktır. Sözleşmenin onaylanması, uygun bulunması veya kabulü gerekir. Onaylama, kabul veya uygun bulma belgeleri Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'ne sunulur.

2. Bu Sözleşme en az beşi Avrupa Konseyi üyesi olan yedi Devletin, yukarıdaki paragraf hükmüne uygun olara, bu sözleşme ile bağlanmak konusunda iradelerini açıklamasından sonra geçecek üç aylık dönemi izleyen ayın ilk günü yürürlüğe girer.

3. Herhangi bir devlet, imza sırasında veya sonrasında, bu Sözleşmenin kendisi için yürürlüğe girmesinden önceki bir tarihte Sözleşmeyi geçici olarak uygulayacağını bildirebilir.

4. Bu Sözleşme ile bağlanma iradesini sonradan açıklayan, birinci paragraf çerçevesindeki Devletler veya Avrupa Topluluğu Bakımından kabul, onaylama veya

uygun bulma belgelerinin verilmesinden sonra geçecek üç aylık dönemi izleyen ayın ilk günü yürürlüğe girer.

Madde 30. Üye Olmayan Devletlerin Katılması

1. Bu Sözleşmenin yürürlüğe girmesinden sonra, Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulu, sözleşmeye taraf olan devletlerin görüşünü de alarak, diğer Devletleri bu Sözleşmeye katılmaya çağırabilir. Bakanlar Kurulu bu kararı Avrupa Konseyi Statüsü'nün 20. maddesi (d) bendinde öngörülen çoğunlukla ve Kurulda bulunan akit Devlet temsilcilerinin oybirliğiyle alır.

2. Katılan devletler için, bu Sözleşme katılma belgesinin Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'ne verilmesinden sonraki üç aylık dönemi takip eden ayın ilk günü yürürlüğe girer.

Madde 31. Sözleşmenin Geçerli Olacağı Toprakların Tayini

1.Her Devlet, Sözleşmenin imzalanması sırasında veya onama kabul veya uygun bulma belgelerini sunarken, bu Sözleşmenin geçerli olacağı egemenliği altındaki toprak veya toprakları tayin edebilir.

2. Her Devlet daha sonraki bir tarihte, Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'ne yapacağı bir bildirimle, Sözleşmenin uygulama alanını, başka toprakları kapsayacak şekilde genişletebilir. Bu topraklar için Sözleşme bildiriminin Genel Sekreterliğe ulaşmasından sonra geçecek üç aylık dönemi izleyen ayın ilk günü yürürlüğe girer.

3. Sözleşmenin geçici olacağı toprak veya topraklar konusunda 1. ve 2. paragraf hükümlerine göre yapılmış olan bir açıklama, daha sonra Avrupa Konseyi Genel Sekreteri'ne yapılacak bir bildirimle geri alınabilir. Geri alma, bu bildiriminin Genel Sekretere ulaşmasından sonra geçecek üç aylık dönemi izleyen ayın ilk gününde geçerli olur.

Madde 32. Çekinceler

1. **(Değişiklik 1/10/1998)** İmza aşamasında veya tasdik, kabul onay ya da katılım belgelerinin tevdii sırasında herhangi bir Devlet bu Sözleşmenin 15. Maddesinin 2. fıkrasında öngörülen kurallara göre, yalnızca iç mevzuatına uygun olması ölçüsünde, alkollü içeceklerin reklâmını içeren program hizmetlerinin kendi topraklarında yeniden yayınını kısıtlama hakkını saklı tuttuğunu beyan edebilir. Bunun haricinde başka bir çekince konulamaz.

a) Herhangi bir Devlet, bu Sözleşmenin 15. maddesinin 2. paragrafı kapsamına giren alkollü içki reklâmlarını içeren programları kendi iç mevzuatıyla çeliştiği ölçüde kendi toprakları üzerinde yeniden iletilmesini kısıtlayabileceğini beyan eder.

b) İngiltere kendi topraklarında, küresel araçlarla yayın yapan Bağımsız Yayın Kuruluşunun puro ve pipo tütün reklâmları bakımından, 15. maddesinin 1. paragrafı kapsamındaki tütün ürünlerinin reklâmının yasaklanması yükümlülüğünü yerine getiremeyeceği konusunda çekince ileri sürülebilir.

c) Yukarıdaki paragraf hükümleri çerçevesinde çekince ileri sürülmesine itiraz edilemez.

d) 1. Paragraf hükmü çerçevesinde, çekince koyan her akit Devlet, Avrupa Konseyi genel Sekreteri'ne yapılacak bir bildirimle bu çekinceyi tümüyle veya kısmen geri alabilir. Bu geri alma söz konusu bildirimin Genel Sekretere ulaştığı tarihten itibaren geçerli olur.

e) Bu Sözleşmenin bir hükmüne çekince koyan taraf aynı hükmün diğer bir ülke tarafından uygulanmasını isteyemez. Ancak kısmi veya şartlı bir çekince söz konusu ise hükmün kendi kabul ettiği ölçüde uygulanmasını isteyebilir.

Madde 33. Sözleşmeden Çekilme

1. Taraflar istedikleri zaman Avrupa konseyi Genel Sekreteri'ne yapılacak bir ihbarla, bu Sözleşmeden çekilebilir.

2. Bu çekilme Genel Sekretere yapılan ihbarın tebellüğünden sonra geçecek altı aylık dönemi izleyen ayın ilk günü geçerlilik kazanır.

Madde 34. Bildirimler

Bu Protokol Sözleşmenin Taraflarının kabulüne açık olacaktır. Herhangi bir çekince konulmayacaktır.

Madde 35.

1. Bu protokol, Sözleşmenin Taraflarından sonuncusunun kabul belgesini Avrupa Konseyi Genel Sekreterine verdiği tarihi izleyen ayın ilk gününde yürürlüğe girecektir.

2. Ancak, bu Protokol, Sözleşmenin bir Tarafı Avrupa Konseyi Genel Sekreterine bunun yürürlüğe girmesine ilişkin bir itiraz bildirmediği takdirde, kabule açıldığı tarihten sonra 2 yıllık bir sürenin bitiminin ardından yürürlüğe girecektir. Bir itirazda bulunma hakkı, bu Protokolün kabule açılmasından sonra üç aylık bir

sürenin bitiminden önce Sözleşmenin kendileri için bağlayıcı olacağı konusunda muvafakatlerini Devletler veya Avrupa Topluluğu için saklı olacaktır.

3. Bu tür bir itirazın bildirilmesi halinde Protokol, itiraz bildiren Sözleşme Tarafının Avrupa Konseyi Genel Sekreterine kabul belgesini verdiği tarihi takip eden ayın ilk gününde yürürlüğe girecektir.

4. Sözleşmenin bir Tarafı herhangi bir zamanda Protokolü geçici esasa göre uygulanacağını beyan edebilir.

Madde 36.

Avrupa Konseyi Genel Sekreteri Avrupa Konseyi üye Devletlerine Sözleşmenin diğer Taraflarına ve Avrupa Topluluğuna aşağıdakileri bildirecektir:

a) Herhangi bir kabul belgesinin tevdii;

b) Bu Protokolün 35. Maddesinin 4. fıkrası uyarınca geçici uygulanma beyanını;

c) Bu Protokolün 35. Maddesinin 1. ile 3. fıkraları uyarınca yürürlüğe girdiğini;

d) Bu Protokol ile ilgili her türlü diğer işlem, bildirim veya yazışmaları.

1998 yılı Eylül ayının 9ncu gününde Strazburg'da İngilizce ve Fransızca dillerinde hazırlanmış ve 1998 yılı ayının 1nci gününde kabule açılmıştır. Her iki metin eşit derecede geçerlidir ve Avrupa Konseyi arşivlerine tek suret olarak verilmektir. Avrupa Konseyi Genel Sekreteri onaylı suretleri Avrupa Konseyinin her üye Devletine, Sözleşmenin diğer Taraflarına ve Avrupa Topluluğuna iletilecektir.

Avrupa Konseyi Genel Sekreteri,

a) İmzaları

b) Onama, kabul, uygun bulma ve katılma belgesini

c) Sözleşmenin 29, 30 ve 31. maddeleri hükümlerine göre yürürlük tarihlerini,

d) 22. madde hükmüne göre hazırlanan raporları,

e) Bu Sözleşme ile ilgili kanun, bildiri, ihbar ve her türlü yazışmayı,

Avrupa Konseyi'ne üye Devletlere, Avrupa Kültür Sözleşmesi'ne taraf diğer Devletlere, Avrupa Topluluğu'na ve Sözleşmeye katılmış olan veya katılmaları için çağrıda bulunulan Devletlere bildirilecektir.

Bu Sözleşmeyi aşağıda isimleri bulunan yetkililer imzalamışlardır.

Strasbourg'da 5 Mayıs 1989 günü, İngilizce ve Fransızca, her iki dil eşit şekilde geçerli olarak hazırlanan tek metin, Avrupa Konseyi arşivinde muhafaza edilecektir. Avrupa Konseyi Genel Sekreteri Avrupa Konseyi üyesi Devletlere, Avrupa Kültür Sözleşmesi'ne taraf diğer Devletlere, Avrupa Topluluğu'na ve bu Sözleşmeye katılmaya davet edilen diğer Devletlere Sözleşmenin onaylı kopyalarını gönderecektir.

EK 7:

GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA HİZMETLERİ YÖNERGESİ[176]

TANIMLAR

Madde 1

1. Bu Yönergenin amaçları doğrultusunda şu tanımlar uygulanacaktır:

(a) 'görsel-işitsel medya hizmeti' :

(i) Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Antlaşmanın 56. ve 57. Maddelerinde tanımlandığı üzere, bir medya hizmet sağlayıcısının editoryal sorumluluğu altında olan ve temel amacı Avrupa Parlamentosu ve AB Konseyi'nin 2002/21/EC sayılı Yönergesinin 2(a) maddesine uygun olarak bilgilendirmek, eğlendirmek ve eğitmek üzere elektronik iletişim ağları yoluyla kamuya program sağlayan bir hizmet anlamına gelmektedir. Bu tür bir görsel-işitsel medya hizmeti, ya bu Maddenin (e) bendinde tanımlanan bir televizyon yayınını ya da bu maddenin (g) bendinde tanımlanan isteğe bağlı bir görsel-işitsel hizmeti ifade eder.

(ii) görsel-işitsel ticari iletişimi ifade eder.

(b) "program", medya hizmet sağlayıcısı tarafından oluşturulan bir çizelge veya katalog içindeki tek bir öğeyi oluşturan bir dizi sesli veya sessiz hareketli görüntüler anlamına gelir ve şekil ve içeriği televizyon yayıncılığının şekil ve içeriği ile benzerlik gösterir. Program örnekleri; konulu uzun metrajlı filmler, spor olayları, durum komedileri, belgeseller, çocuk programları ve özgün dramaları içerir.

(c) "editoryal sorumluluk" programların seçimi ve televizyon yayınlarında kronolojik bir çizelgede veya isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerinde ise bir katalog içinde düzenlenmesi üzerinde etkili kontrol uygulanması anlamına gelir.

176 Yönergenin başlangıç kısmında, önceki yönergelere, kararlara atıfda bulunan ve bu Yönergenin açıklamalı gerekçesi şeklinde 68 maddede düzenlenen hükümleri, yer darlığından ötürü, buraya alınmamıştır. Konu ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. (yazılı materyal) için **Gürsoy**, 2011; (elektronik ortam) http://www.rtuk.org.tr/ (mevzuat).

Sunulan içerik veya hizmetler açısından editoryal sorumluluğun ulusal mevzuat kapsamında herhangi bir hukuki yükümlülük gerektirmesi zorunlu değildir.

(d) "Medya hizmet sağlayıcısı" görsel-işitsel medya hizmetinin görsel-işitsel içeriğinin seçiminde editoryal sorumluluğa sahip ve hizmetin düzenleniş şekline karar veren gerçek veya tüzel kişi anlamına gelir.

(e) "televizyon yayıncılığı" veya "televizyon yayını" (bir başka deyişle yayın akışlı görsel-işitsel medya hizmeti), programların program çizelgesine dayalı olarak eşzamanlı izlenebilmesi için medya hizmet sağlayıcısı tarafından sunulan görsel-işitsel medya hizmeti anlamına gelir.

(f) "yayıncı", televizyon yayınları medya hizmet sağlayıcısı anlamına gelir.

(g) "isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmeti" (bir başka deyişle yayın akışsız görsel-işitsel medya hizmeti) programların kullanıcının seçtiği bir zamanda ve medya hizmet sağlayıcısı tarafından seçilen program kataloğundan münferit isteği üzerine izlenmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcısı tarafından sunulan görsel-işitsel medya hizmeti anlamına gelir.

(h) "görsel-işitsel ticari iletişim" ekonomik bir faaliyette bulunan özel veya tüzel bir kişinin, mal, hizmet veya imajını, doğrudan veya dolaylı olarak, tanıtmak amacıyla tasarlanmış sesli veya sessiz görüntüler anlamına gelir. Bu tür görüntüler, bir ücret veya benzeri bir karşılıkla ya da öz tanıtım amacıyla bir programla birlikte ya da bir program içine yerleştirilerek verilir. Görsel-işitsel ticari iletişim şekiller diğerlerinin yanı sıra televizyon reklâmları, program desteklemesi, tele-alışveriş ve ürün yerleştirmeyi kapsar.

(i) "televizyon reklamı" taşınmaz mülk, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere mal veya hizmetlerin temininin bir ücret karşılığında tanıtımı amacıyla ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı bir kamu veya özel teşebbüsü veya gerçek bir kişi tarafından bir ücret veya benzeri bir karşılıkla yapılan her türlü duyuru yayını veya öz-tanıtım yayını anlamına gelir.

(j) "gizli görsel-işitsel ticari iletişim", medya hizmet sağlayıcısı tarafından reklam yapmak maksadıyla ve doğası gereği kamuyu yanlış yönlendirebilecek şekilde; bir mal üreticisinin veya bir hizmet sağlayıcının faaliyetlerinin, ticari markasının, adının, hizmetlerinin, ürünlerinin programlarda sözcükler veya resimler ile tanıtılması anlamına gelir. Bu tür bir tanıtım, özellikle bir ücret karşılığında veya benzeri bir karşılıkla yapılması durumunda kasıtlı olarak değerlendirilir.

(k) “program desteklemesi” görsel-işitsel medya hizmetlerinin sağlanması veya görsel-işitsel eserlerin üretimiyle bağlantılı olmayan kamu veya özel bir teşebbüs veya gerçek bir kişinin adını, markasını, imajını, faaliyetlerini veya ürünlerini tanıtmak amacıyla görsel-işitsel medya hizmetlerinin veya programların finanse edilmesine yönelik yaptıkları her tür katkı anlamına gelir.

(l) “tele-alışveriş” taşınmaz mallar, hak ve yükümlülükler dâhil olmak üzere, bir ücret karşılığında mal veya hizmetlerin temini amacıyla kamuya yönelik doğrudan arz yayını anlamına gelir.

(m) “ürün yerleştirme” bir ürün, hizmet veya ticari markanın, ücret veya benzeri bir karşılıkla, program içine dâhil edilerek veya bunlara atıf yapılarak program içinde gösterildiği her tür görsel işitsel ticari iletişimi ifade eder.

(n) “Avrupa eserleri” aşağıdaki anlamlara gelir:

(i) Üye Devletlerde üretilen eserler

(ii) Avrupa Konseyi Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesine taraf olan ve bir aşağıda yer alan 3. paragraftaki koşulları yerine getiren Avrupalı üçüncü Devletler tarafından üretilen eserler,

(iii) Birlik ve üçüncü ülkeler arasında görsel-işitsel sektör ile ilgili akdedilen anlaşmalar çerçevesinde ortaklaşa üretilen ve bu anlaşmaların her birinde belirtilen koşulları yerine getiren eserler.

2. 1. Paragrafın (n) bendinin (ii) ve (iii) alt-bentlerinde yer alan hükümlerin uygulanması, Üye Devletlerde üretilen eserlerin ilgili üçüncü ülkede ayrımcı önlemlere tabi olmaması şartına bağlıdır.

3. 1. Paragrafın (n) bendinin (i) ve (ii) alt-bentlerinde atfedilen eserler, esas olarak, aşağıdaki üç koşuldan birine uymak şartıyla, Devletlerin bir veya birden fazlasında ikamet eden yazar ve çalışanlar tarafından üretilen eserlerdir:

(i) Bu Devletlerin bir veya birden fazlasında ikamet eden bir veya birden fazla yapımcı tarafından yapılır.

(ii) Eserlerin yapımı bu Devletlerin bir veya birden fazlasında ikamet eden bir veya birden fazla yapımcı tarafından denetlenir ve kontrol edilir veya

(iii) Bu Devletlerin ortak yapımcılarının toplam ortak yapım maliyetlerine katkısı ağır basar ve ortak yapım sözü edilen Devletler dışında ikamet eden bir ya da birden fazla yapımcı tarafından kontrol edilmez.

4. 1. Paragrafın (n) bendi kapsamında Avrupa eserleri olmayan ancak Üye Devletler ve üçüncü Devletler arasında akdedilen ikili ortak yapım anlaşmaları çerçevesinde üretilen eserler, Birlik ortak yapımcılarının üretim toplam maliyetinin çoğunluğunu karşılaması ve yapımın Üye Devletlerin sınırları dışında ikamet eden bir ya da birden fazla yapımcı tarafından kontrol edilmemesi koşuluyla Avrupa eserleri olarak sayılır.

BÖLÜM II
GENEL HÜKÜMLER
Madde 2

1. Her Üye Devlet kendi yargı yetkisi altındaki medya hizmet sağlayıcıları tarafından iletilen bütün görsel-işitsel medya hizmetlerinin, o Üye Devlette kamu için amaçlanan görsel-işitsel medya hizmetlerine uygulanabilir hukuk sisteminin esaslarına uymalarını sağlayacaktır.

2. Bu Yönergenin amaçları kapsamında, bir Üye Devletin yargı yetkisi altındaki medya hizmet sağlayıcıları;

(a) Üye Devlette 3ncü paragrafa uygun olarak yerleşik olanlar veya

(b) 4ncü paragrafın uygulanacağı sağlayıcılardır.

3. Bu Yönergenin amaçları kapsamında, bir medya hizmet sağlayıcısı aşağıdaki durumlarda bir Üye Devlette yerleşik kabul edilecektir:

(a) Medya hizmet sağlayıcısının o Üye Devlette merkez bürosunun olması ve görsel işitsel medya hizmetleriyle ilgili editoryal kararların o Üye Devlet içinde alınıyor olması halinde;

(b) Eğer bir medya hizmet sağlayıcısının merkez bürosu bir Üye Devlet içinde ancak görsel-işitsel medya hizmetleriyle ilgili kararlar başka bir Üye Devlet içinde alınıyorsa, medya hizmet sağlayıcısı, görsel-işitsel medya hizmeti faaliyetinin takibi ile iştigal eden işgücünün önemli bir kısmının olduğu Üye Devlette yerleşik sayılacaktır. Eğer görsel-işitsel medya hizmeti faaliyetinin takibi ile ilgilenen işgücünün önemli bir kısmı bu Üye Devletlerin her birinde faaliyet gösteriyorsa, medya hizmet sağlayıcısı merkez bürosunun bulunduğu Üye Devlette yerleşik kabul edilecektir. Eğer görsel-işitsel medya hizmeti faaliyetinin takibi ile ilgilenen işgücünün önemli bir kısmı bu Üye Devletlerin hiçbirinde faaliyet göstermiyorsa, medya hizmet sağlayıcısı o Üye Devletin hukuk sistemine uygun olarak faaliyete ilk başladığı

ülkede, o Üye Devletin ekonomisi ile istikrarlı ve etkili bir bağlantı kurması kaydıyla yerleşik kabul edilecektir;

(c) Eğer bir medya hizmet sağlayıcısının merkez bürosu bir Üye Devlette ancak görsel-işitsel medya hizmetine ilişkin kararlar bir üçüncü ülkede alınıyorsa ya da bunun tam tersi bir durum söz konusu ise, bu sağlayıcı, görsel-işitsel medya hizmeti faaliyetini takip eden işgücünün önemli bir kısmının faaliyet gösterdiği ilgili Üye Devlette yerleşik kabul edilecektir.

4. Paragraf 3'deki hükümlerin uygulanamayacağı medya hizmet sağlayıcıları aşağıda yer alan hallerde bir Üye Devletin yargı yetkisi altında kabul edilecektir:

(a) Üye devlet içinde konumlandırılmış uydu bağlantısını kullanmalar halinde;

(b) Üye Devlet içinde konumlandırılmış uydu bağlantısını kullanmamalarına rağmen, o Üye Devlete ait uydu kapasitesini kullanmaları halinde.

5. Hangi Üye Devletin yargı yetkisine sahip olduğu sorusu paragraf 3 ve 4'deki hükümlere göre yanıtlanamıyorsa, medya hizmet sağlayıcısının Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Antlaşmanın 49'den 55'e kadar olan maddelerinin anlamı çerçevesi içinde yerleşik olduğu Üye Devlet, yetkili Üye Devlet olacaktır.

6. Bu Yönerge, münhasıran üçüncü ülkelerde alınması amaçlanan ve bir veya daha fazla Üye Devlette doğrudan veya dolaylı olarak standart kullanıcı donanımı aracılığıyla kamu tarafından alınmayan görsel-işitsel medya hizmetlerine uygulanmaz.

Madde 3

1. Üye Devletler, yayın alım özgürlüğünü güvence altına alacaklar ve diğer Üye Devletlerden yapılan görsel-işitsel medya hizmetlerinin kendi topraklarında yeniden iletimini bu Yönerge ile düzenlenen alanlar içerisine giren sebeplerden ötürü kısıtlamayacaktır.

2. Televizyon yayını açısından, Üye Devletler, aşağıdaki koşulların gerçekleşmesi durumunda paragraf 1'de yer alan hükümden geçici olarak muaf olabilir:

(a) diğer bir Üye Devletten gelen bir televizyon yayınının Madde 27(1) ya da (2) ve/veya Madde 6'yı açıkça, ciddi ve endişelendirici bir şekilde ihlal etmesi halinde;

(b) Geçen 12 ay boyunca, yayıncı kuruluşun alt-bent (a)'yı önceden en az iki kez ihlal etmesi halinde;

(c) Herhangi bir ihlalin tekrar vuku bulması halinde İlgili Üye Devletin yazılı olarak yayıncı kuruluşa ve Komisyona iddia edilen ihlaller ve almak istediği önlemler hakkında bildirimde bulunmuş olması halinde;

(d) Alt-bent (c) çerçevesinde iletimde bulunan Üye Devletle ve Komisyonla yapılan danışmalar bildirim tarihini müteakip 15 gün içinde herhangi bir dostane çözüm üretmemesi ve iddia edilen ihlalin devam etmesi halinde, Komisyon, Üye Devlet tarafından alınan önlemlere ilişkin kendisine gelen bildirimin tarihini müteakip 2 ay içinde, söz konusu önlemlerin Birlik hukukuyla uyumlu olup olmadığına dair bir karar alacaktır. Eğer aldığı karar olumsuz ise Üye Devletten almış olduğu ihtilaflı önlemlere ivedilikle son vermesi talep edilecektir.

3.2. paragraf, ilgili yayıncı kuruluş üzerinde yargı yetkisi bulunan Üye Devletteki ihtilaflı ihlallere yönelik uygulamaya konulan hiç bir işlem, çare veya yaptırımdan etkilenmez.

4. İsteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetleri açısından, aşağıdaki koşulların oluşması halinde Üye Devletler belli bir hizmete yönelik olarak 1. paragraftan muaf olmak amacıyla önlem alabilirler;

(a) önlemler:

(i) aşağıda yer alan sebeplerin her birisi için gereklidir:

— Küçüklerin korunması ve ırk, cinsiyet, din veya milliyet temellerine dayalı nefret uyandırmaya karşı mücadeleyi ve bireylerin kişiliklerini ilgilendiren insan onuru ihlallerini de içeren, özellikle adli suçların önlenmesi, araştırılması, incelenme ve kovuşturmasını da içeren kamu politikası,

— Kamu sağlığının korunması,

— Ulusal güvenlik ve savunmanın korunması da dâhil olmak üzere kamu güvenliği,

— Yatırımcılar da dâhil olmak üzere tüketicilerin korunması;

(ii) (i) alt bendinde atıfta bulunulan amaçlara zarar veren veya bu amaçlara yönelik ciddi ve büyük bir zarar verme riski oluşturan isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerine karşı alınacaktır;

(iii) bu amaçlarla orantılı olacaktır;

(b) Üye Devlet, cezai bir inceleme çerçevesinde yürütülen eylemler ve ön kovuşturmanın da dâhil olduğu mahkeme kovuşturmasına zarar vermeksizin ve söz konusu önlemleri almadan önce:

(i) hizmet sağlayıcının yargı yetkisi altına girdiği Üye Devlete önlemler almasını talep etmiş olmalıdır ve ikinci ülke bu tür önlemleri almamış veya alınan önlem yetersizdir;

(ii) Komisyonu ve hizmet sağlayıcının yargı yetkisi altında olduğu Üye Devleti bu tür önlemleri alma niyeti hakkında bilgilendirmiş olmalıdır.

5. Üye Devletler, acil durumlarda, 4 (b) paragrafında öngörülen koşullardan muaf olabilirler. Böyle bir durumda, önlemler, mümkün olan en kısa zamanda hizmet sağlayıcının yargı yetkisi altına girdiği Üye Devlete ve Komisyona, acil bir durum olduğunu düşünen Üye Devletin sebepleri belirtilerek bildirilecektir.

6. Komisyon, Üye Devletin 4 ve 5. paragraflarda atıfta bulunulan önlemlere ilişkin işlem yapma olasılığı saklı kalmak kaydıyla, bildirilen önlemlerin Komisyon hukukuna uygunluğunu mümkün olan en kısa zamanda inceleyecektir. Komisyon, önlemlerin Komisyon hukukuna uygun olmadığı sonucuna varırsa, söz konusu Üye Devlete önerilen her türlü önlemi almaktan kaçınmasını veya söz konusu önlemlere acilen bir son verilmesini isteyecektir.

Madde 4

1.Üye Devletler, kendi yargı yetkileri kapsamındaki medya hizmet sağlayıcılarının, bu Yönerge ile düzenlenen alanlarda daha ayrıntılı ya da daha katı kurallara, bu kuralların Birlik hukuku ile uyumlu olmaları kaydıyla, uymalarını isteme konusundaki serbestilerini sürdüreceklerdir.

2.Bir Üye Devletin:

(a) daha ayrıntılı veya daha katı genel kamu yararı kurallarını kabul etmek için paragraf 1 kapsamında özgürlüğünü kullanmış olması ve

(b) bir diğer Üye Devletin yargı yetkisi altındaki bir yayıncının televizyon yayınlarının tümünü veya önemli bir kısmını kendi topraklarına yönelik olarak yaptığını değerlendirmesi durumunda;yargı yetkisine sahip Üye Devlet ile ortaya çıkan her türlü soruna karşılıklı tatmin edici çözümler getirebilmek amacıyla temas kurabilir. İlk Üye Devlet tarafından yapılan doğrulanmış talebin alınması üzerine, yargı yetkisine sahip Üye Devlet yayıncıya söz konusu genel kamu yararı kurallarına uyması için talepte bulunur. Yargı yetkisine sahip Üye Devlet, bu talebi takip eden iki ay içinde elde edilen sonuçlar hakkında ilk Üye Devleti bilgilendirecektir.

Ayrıca Üye Devlet, olayı incelemek üzere Madde 29 kapsamında oluşturulmuş Temas Komitesine davet yapabilir.

3.İlk Üye Devlet

(a) Paragraf 2'nin uygulaması vasıtasıyla elde edilen sonuçların tatmin edici olmadığını ve

(b) söz konusu yayıncının, ilk Üye Devlette yerleşmiş olması durumunda bu Yönerge ile düzenlenen alanlarda kendisine uygulanabilecek daha katı kuralları ihlal etmek amacıyla yargı yetkisi olan Üye Devlette yerleşmiş olduğunu değerlendirmesi durumunda, söz konusu yayıncıya karşı uygun önlemler geliştirebilir.

Bu tür önlemler nesnel olarak zaruri olmalı, ayrımcı olmayan bir şekilde uygulanmalı ve izledikleri amaçla orantılı olmalıdır.

4. Bir Üye Devlet, ancak aşağıdaki şu koşulların gerçekleşmesi durumunda paragraf 3'e uygun olarak önlemler alabilir:

(a) Komisyona ve yayıncının yerleşik olduğu Üye Devlete bu tür önlemleri almak konusundaki niyetini, değerlendirmesini dayandırdığı zemini doğrulamak suretiyle bildirmiş olması ve

(b) Komisyonun, önlemlerin Birlik hukukuna uygun olduğuna ve özellikle Üye Devletin paragraf 2 ve 3 kapsamında bu tür önlemleri almak için yaptığı değerlendirmelerin doğru bir şekilde tesis edilmiş olduğuna karar vermiş olması.

5. Komisyon, paragraf 4 (a) kapsamındaki bildirimi takip eden üç ay içinde karar verecektir. Komisyonun önlemlerin Birlik hukuku ile uyumsuz olduğuna karar vermesi halinde söz konusu Üye Devlet teklif edilen önlemleri almaktan kaçınacaktır.

6. Üye Devletler, yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcılarının, kendi mevzuatları çerçevesinde uygun araçlarla, bu Yönerge hükümlerine etkili bir şekilde uymalarını sağlayacaktır.

7. Üye Devletler, bu Yönerge ile düzenlenen alanlarda kendi hukuk sistemlerinin izin verdiği ölçüde ulusal düzeyde ortak ve/veya öz-denetim rejimlerini teşvik edecektir. Bu rejimler söz konusu Üye Devletlerdeki ana paydaşlar tarafından büyük ölçüde kabul edilmiş olmalı ve etkili icra sağlamalıdır.

8. 2000/31/EC sayılı Yönerge, bu Yönergede başka bir şekilde düzenlenmediği takdirde uygulanacaktır. 2000/31/EC Yönergesinin bir hükmü ile bu Yönergenin

bir hükmü arasında bir çelişki olması durumunda, bu Yönerge hükümleri, bu Yönergede başka bir şekilde düzenlenmediği takdirde, geçerli olacaktır.

BÖLÜM III

TÜM GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA HİZMETLERİNE UYGULANABİLECEK HÜKÜMLER

Madde 5

Üye Devletler, kendi yargı yetkileri altındaki görsel-işitsel medya hizmet sağlayıcılarının, hizmet alıcılarına en azından aşağıdaki bilgilere kolaylıkla, doğrudan ve sürekli olarak erişilebilir olmalarını sağlayacaklardır.:

(a) medya hizmet sağlayıcısının adı,

(b) medya hizmet sağlayıcısının yerleşik olduğu coğrafi adresi,

(c) medya hizmet sağlayıcısına ait, kendisiyle doğrudan ve etkili bir şekilde hızlıca temas kurulmasına olanak tanıyacak elektronik posta adresi veya web sitesini içeren ayrıntılar;

(d) varsa, yetkili düzenleyici veya denetleyici kurumlar.

Madde 6

Üye Devletler, kendi yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcıları tarafından sağlanan görsel-işitsel medya hizmetlerinin ırk, cinsiyet, din veya milliyete dayalı nefrete kışkırtma içermemesini, uygun araçlarla, güvence altına alacaklardır.

Madde 7

Üye Devletler, yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcılarının hizmetlerini görme veya işitme engelli kişilere aşamalı olarak erişilebilir kılmayı sağlamalarını teşvik edeceklerdir.

Madde 8

Üye Devletler, yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcılarının, sinematografik eserleri, hak sahibi ile anlaşılan süreler dışında yayınlamamalarını güvence altına alırlar.

Madde 9

1. Üye Devletler, yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcıları tarafından sağlanan görsel-işitsel ticari iletişimin aşağıdaki koşullara uygun olmasını güvence altına alırlar:

(a) Görsel-işitsel ticari iletişim kolayca ayırt edilebilir olmalıdır. Gizli görsel-işitsel ticari iletişim

yasaklanacaktır,

(b) Görsel-işitsel ticari iletişimler bilinçaltı teknikleri kullanmamalıdır,

(c) Görsel-işitsel ticari iletişim;

(i) insan onuruna saygıya zarar vermemeli,

(ii) cinsiyet, ırk veya etnik orijin, milliyet, din veya inanç, bedensel engellilik, yaş ve cinsel tercihlere dayalı

herhangi bir ayrımcılığı içermemeli veya teşvik etmeme

(iii) sağlık ya da güvenliğe zarar verecek davranışı teşvik etmemeli,

(iv) Çevrenin korunmasına büyük ölçüde zarar verecek davranışı teşvik etmemelidir.

(d) Sigara ve diğer tütün ürünlerinin her türlü görsel-işitsel ticari iletişimi yasaktır;

(e) Alkollü içecekler için yapılan görsel-işitsel ticari iletişimler, özellikle çocukları hedef almamalı ve bu tür içeceklerin aşırı tüketimini teşvik etmemelidir;

(f) Sadece reçeteyle sağlanabilen ilaç ve tıbbi tedavilerin görsel-işitsel ticari iletişiminin medya hizmet sağlayıcısının yargı yetkisi altında bulunduğu bir Üye Devlette yapılması yasaklanmalıdır;

(g) Görsel-işitsel ticari iletişim çocuklarda fiziksel veya ahlaki zarara neden olmamalıdır. Bu nedenle, deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın alma veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemeli; çocukları, reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemeli; çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemeli veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemelidir.

2.Üye Devletler ve Komisyon, medya hizmeti sağlayıcılarını besinsel veya fizyolojik etkisi olan, özellikle de yağ, yağa dönüşen asitler, tuz/sodyum ve şeker gibi genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeleri

içeren yiyecek ve içeceklerin çocuk programlarıyla birlikte veya bu programların içinde yerleştirilen uygun olmayan görsel-işitsel ticari iletişimine ilişkin mesleki ilkeleri oluşturmak üzere teşvik ederler.

1. Program desteklemesi alan görsel-işitsel medya hizmetleri veya programları aşağıda yer alan koşullara uyacaklardır:

(a) Bunların içeriği ve televizyon yayınları olması halinde yayın akışı, hiçbir koşul altında medya hizmet sağlayıcısının sorumluluğuna ve editoryal bağımsızlığına etki edecek şekilde etkilenmeyecektir,

(b) ürün veya hizmetlerin, özellikle bu ürünlere veya hizmetlere özel tanıtıcı atıflar yaparak, satın alınmasını veya kiralanmasını doğrudan teşvik etmeyecektir,

(c) İzleyiciler, program desteklemesi anlaşmasının varlığından açık bir şekilde haberdar edilecektir. Program desteklemesi alan programlar, program destekleyenin ismi, logosu ve/veya ürün(leri)e veya hizmet(ler)ine atıfta bulunan herhangi bir sembol veya ayırt edici bir işaretle, uygun bir şekilde, programın başında, program süresince ve/veya sonunda, açık bir şekilde belirtilecektir.

2. Görsel-işitsel medya hizmetleri veya programları, temel faaliyetleri sigara ya da diğer tütün ürünlerinin üretimi veya satışı olan teşebbüsler tarafından desteklenmeyecektir.

3. Görsel-işitsel medya hizmetleri veya programların, faaliyetleri tıbbi ürünlerin ve tıbbi tedavilerin üretimi veya satışını içeren teşebbüsler tarafından desteklenmesi halinde, söz konusu teşebbüsler, firma isminin veya imajının tanıtımını yapabilir; ancak medya hizmet sağlayıcının yargı yetkisi altında bulunduğu Üye Devlette sadece reçeteyle satışı yapılabilen belirli tıbbi ürünlerin veya tıbbi tedavilerin tanıtımını yapmayacaktır.

4. Haber ve güncel olay programları desteklenemeyecektir. Üye Devletler çocuk programları, belgeseller ve dini programlar sırasında program destekleyenin logosunun gösterilmesini yasaklamayı tercih edebilirler.

Madde 11

1.2nci 3ncü ve 4ncü paragraflar, sadece 19 Aralık 2009 tarihinden sonra üretilen programlara uygulanacaktır.

2. Ürün yerleştirme yasaklanacaktır.

3. 2nci paragraftaki hükme istisna olarak, ürün yerleştirmeye, bir Üye Devlet başka biçimde karar vermedikçe:

(a) sinematografik eserlerde, görsel-işitsel medya hizmetleri için yapılmış film ve dizilerde, spor programlarında ve hafif eğlence programlarında;

(b) sadece belirli mal ve hizmetlerin, örneğin yapım ürün ve ödüllerinin ödeme yapılmaksızın ücretsiz olarak program içine dahil edilmek amacıyla tedarik edildiği durumlarda izin verilecektir.

Alt-bent (a)'da yer alan istisna, çocuk programlarına uygulanmayacaktır.

Ürün yerleştirme içeren programlar, aşağıda yer alan koşulların hepsini içerecektir:

(a) Bunların içeriği ve televizyon yayınları olması halinde yayın akışı, hiçbir koşul altında medya hizmet sağlayıcısının sorumluluğuna ve editoryal bağımsızlığına etki edecek şekilde etkilenmeyecektir,

(b) Ürün veya hizmetlerin, özellikle bu ürünlere veya hizmetlere özel tanıtıcı atıflar yaparak, satın alınmasını veya kiralanmasını doğrudan teşvik etmeyecektir

(c) Söz konusu ürüne aşırı önem vermeyecektir.

(d) İzleyiciler ürün yerleştirmenin varlığı hakkında açıkça bilgilendirilecektir. İzleyici açısından herhangi bir karışıklığı önlemek amacıyla, ürün yerleştirmesi içeren programlar, programın başında ve sonunda ve reklam arası sonrasında program başladığında uygun bir şekilde tanınır kılınacaktır.

İstisna olarak, Üye Devletler yukarıda (d) bendinde yer alan koşullardan, söz konusu programın medya hizmet sağlayıcısının kendisi veya medya hizmet sağlayıcısına bağlı şirket tarafından üretilmemiş veya sipariş verilmemiş olması kaydıyla, feragat etmeyi tercih edebilirler.

4. Her durumda, programlar;

(a) Tütün ürünleri veya sigaraların ürün yerleştirmesini veya başlıca faaliyeti sigara ve diğer tütün ürünlerinin üretimi veya satışı olan teşebbüslerin ürün yerleştirmesini;

(b) Medya hizmet sağlayıcısının yargı yetkisi altına girdiği Üye Devlette sadece reçeteye tabi özel tıbbi ürünlerin veya tıbbi tedavinin ürün yerleştirmesini içermeyecektir.

BÖLÜM IV

SADECE İSTEĞE BAĞLI GÖRSEL-İŞİTSEL MEDYA HİZMETLERİNE UYGULANABİLECEK HÜKÜMLER

Madde 12

Üye Devletler, kendi yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcıları tarafından sağlanan küçüklerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerini ciddi şekilde olumsuz etkileyebilecek isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerinin, küçüklerin bu tür isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerini normal olarak duymayacakları veya görmeyecekleri bir şekilde sunulmasını güvence altına almak için uygun önlemleri alacaktır.

Madde 13

1. Üye Devletler, yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcılarının sundukları isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerinin, Avrupa eserlerinin üretimini ve bu eserlere erişimini uygulanabilir olduğunda ve uygun araçlarla teşvik etmesini güvence altına alacaktır. Bu tür bir teşvik, diğerlerinin yanı sıra, bu tür hizmetlerin Avrupa eserlerinin üretimine ve kazanılmış haklarına ilişkin finansal bir katkı veya isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetleri tarafından sunulan program katalogundaki Avrupa eserleri payı ve/veya önceliği ile ilgili olabilir.

2. Üye Devletler, 19 Aralık 2011 tarihini geçmeyecek şekilde ve paragraf 1'in uygulanmasını takip eden her dört yılda bir Komisyona rapor sunacaktır.

3. Komisyon Üye Devletler ve bağımsız bir çalışma tarafından sağlanan bilgilere dayanarak, kültürel çeşitliliğin hedefini ve pazar ile teknolojik gelişmeleri dikkate alarak, paragraf 1'in uygulanması konusunda Avrupa Parlamentosuna ve Konseyine rapor sunacaktır.

BÖLÜM V

TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA MÜNHASIR HAKLAR VE KISA HABER SUNUMLARINA İLİŞKİN HÜKÜMLER

Madde 14

1. Her Üye Devlet, kendi yargı yetkisi altındaki yayıncıların, toplum için büyük önem arz ettiği kabul edilen münhasır özellikli olayların, o Üye Devlette kamunun önemli bir kısmının bu tür olayları ücretsiz televizyondan canlı veya banttan

izleme imkanından mahrum bırakacak şekilde yayınlamamalarını güvence altına almak amacıyla Birlik hukuku ile uyumlu önlemler alabilirler. Bu tür önlemlerin alınması durumunda, söz konusu Üye Devlet, toplum için büyük önem taşıdığını düşündüğü, ulusal veya ulusal olmayan, olayların bir listesini hazırlayacaktır. Üye Devlet bunu, zamanında, açık ve şeffaf bir şekilde yapacaktır. Söz konusu Üye Devlet bunu yaparken, bu olayların tamamının veya bir kısmının canlı olarak mı yoksa kamu çıkarını gözeten nesnel sebepler doğrultusunda gerekli veya uygun olduğunda banttan mı gösterileceğini de belirleyecektir.

2. Üye Devletler, paragraf 1'e göre alınan veya alınacak kararları derhal Komisyona bildirecektir. Bildirimi takip eden 3 aylık süre zarfında, Komisyon, bu önlemlerin Birlik hukukuyla uygunluğunu teyit edecek ve diğer Üye Devletlere de önlemleri iletecektir. Komisyon, 29. Maddeye uygun olarak oluşturulan temas komitesinin görüşünü de talep edecektir. Komisyon, alınan önlemleri ivedilikle ve Üye Devletler tarafından alınan önlemlerin birleştirilmiş listesini ise yılda en az bir kez Avrupa Birliği Resmi Gazetesinde yayımlayacaktır.

3. Üye Devletler, uygun araçlarla, mevzuatları çerçevesinde, kendi yargı yetkisi altındaki yayıncıların 18 Aralık 2007 tarihinden sonra satın aldıkları münhasır hakların kullanımını, diğer bir Üye Devletteki halkın büyük bir kısmının, önceki paragraflar uyarınca o Üye Devlet tarafından, paragraf 1 ve 2'ye uygun olarak, belirlenmiş olayların tümünü veya bir kısmını canlı olarak veya kamu çıkarını ilgilendiren objektif sebepler için gerektiğinde veya uygun olduğunda tümünü veya bir kısmını banttan ücretsiz televizyondan takip etmesi olasılığından mahrum kalacakları bir şekilde kullanmamalarını sağlayacaklardır.

Madde 15

1. **Üye Devletler, Birlik içinde yerleşik her**hangi bir yayıncının kısa haber sunumu yapmak amacıyla, kendi yargı yetkileri altındaki bir yayıncı tarafından iletilen kamu için büyük önem taşıyan münhasır özellikli olaylara adil, makul ve ayrımcı olmayan bir temelde erişimini sağlayacaktır.

2. Eğer aynı Üye Devlet içinde yerleşik ve erişim hakkı talep eden bir diğer yayıncı, kamu için büyük önem taşıyan olayın münhasır haklarını satın almış ise, erişim o yayıncıdan talep edilecektir.

3. Üye Devletler, yayıncıların, ileten yayıncının sinyalinden, uygulanabilirliği imkânsız olmadıkça en azından kaynağını belirterek, kısa gösterimleri serbest bir

şekilde seçmelerine imkan tanıyacak bu tür erişimin garanti altına alınmasını temin edecektir.

4. Paragraf 3'e alternatif olarak, Üye Devletler, diğer araçlar vasıtasıyla adil, makul ve ayrımcı olmayan bir temelde erişim sağlayacak eşdeğer bir sistem kurabilir.

5. Kısa gösterimler sadece genel haber programları için kullanılacak ve isteğe bağlı görsel-işitsel medya hizmetlerinde ise sadece aynı programın aynı medya hizmet sağlayıcısı tarafından kayıttan verilmesi durumunda kullanılabilir.

6. Yukarıdaki 1'den 5'e kadar olan paragraflar saklı kalmak kaydıyla, Üye Devletler, kendi hukuk sistemleri ve uygulamalarına göre, bu tür kısa gösterimler hükmüne ilişkin, özellikle her tür tazminat anlaşmaları, kısa gösterimlerin azami uzunluğu ve iletimlerine dair süre kısıtlamaları gibi şekil ve koşulların tanımlanmasını güvence altına alacaktır. Tazminatın sağlanacağı durumlarda, erişimin sağlanmasına bağlı olarak doğrudan ortaya çıkan ilave maliyetleri aşmayacaktır.

BÖLÜM VI
TELEVİZYON PROGRAMLARININ DAĞITIMI VE ÜRETİMİNİN DESTEKLENMESİ

Madde 16

1. Üye Devletler, mümkün olduğu yerlerde uygun araçlar kullanarak, haberler, spor programları, oyunlar, reklâmlar, teleteks hizmetleri ve tele-alışverişe ayrılan süre dışındaki yayın sürelerinin büyük bölümünü Avrupa eserlerine ayrılmalarını sağlayacaklardır. Bu oran, yayıncının kendisini izleyen kamuya karşı bilgisel, eğitsel, kültürel ve eğlence ile ilgili sorumlulukları hesaba katılarak, uygun kıstaslar temelinde tedricen gerçekleştirilmelidir.

2. Paragraf 1'de belirlenen orana ulaşılamadığı takdirde, bu oran ilgili Üye Devlette 1988 yılında elde edilen ortalamadan daha düşük olmamalıdır. Ancak, Yunanistan Cumhuriyeti ve Portekiz Cumhuriyeti'nde 1988 yılının ortalaması yerine 1990 yılının ortalaması dikkate alınacaktır.

3. 3 Ekim 1991 tarihinden itibaren, Üye Devletler her iki yılda bir Komisyona bu Maddenin ve 17. Maddenin uygulanışı ile ilgili rapor vereceklerdir. Bu rapor özellikle ilgili Üye Devletin yargı yetkisi kapsamındaki televizyon programlarının her biri için bu Madde ve 17. Maddede belirtilen oranın gerçekleşmesi ile ilgili

istatistikî bir beyan, her durum için bu orana ulaşılamamasının nedenleri ve bu orana ulaşılması için benimsenen ya da alınması planlanan önlemleri içerecektir.

Komisyon, diğer Üye Devletleri ve Avrupa Parlamentosunu bu raporlar hakkında bilgilendirecek ve, uygun olduğu yerlerde, fikir beyan edecektir. Komisyon, bu Maddenin ve 17. Maddenin Avrupa Birliğinin İşleyişine İlişkin Anlaşmanın hükümlerine uygun olarak uygulanmasını sağlayacaktır. Komisyon, fikir beyan ederken, özellikle önceki yıllara göre kaydedilen ilerlemeyi, programlarda ilk kez yayınlanan eserlerin payını, yeni televizyon yayıncılarının özel koşullarını ve görsel-işitsel üretim kapasitesi düşük olan ya da dil alanı kısıtlı olan ülkelerin özel durumunu göz önünde bulundurabilir.

Madde 17

Üye Devletler, mümkün olduğu yerlerde uygun araçlar kullanarak, haberler, spor programları, oyunlar, reklâmlar, teleteks hizmetleri ve tele-alışverişe ayrılan süre dışındaki yayın sürelerinin en az %10'unu veya bunun alternatifi olarak Üye Devletlerin kendi takdirlerine göre programlama bütçesinin en az %10'unu, yayıncı kuruluşlardan bağımsız hareket eden yapımcıların ürettiği Avrupa eserlerine ayırmalarını sağlayacaklardır. Bu oran, yayıncının kendisini izleyen kamuya karşı bilgisel, eğitsel, kültürel ve eğlence ile ilgili sorumlulukları hesaba katılarak, uygun kıstaslar temelinde tedricen gerçekleştirilmelidir. Bu hususun son zamanlarda üretilen eserler yani üretiminin ilk 5 yılı içinde iletimi yapılan eserler için yeterli bir oran tahsis edilerek başarılması zorunludur.

Madde 18

Bu Bölüm, yerel izleyicilere dönük yapılan televizyon yayınlarına uygulanmaz ve ulusal bir şebekenin herhangi bir parçasını etkilemez.

BÖLÜM VII

TELEVİZYON REKLAMI VE TELE ALIŞ-VERİŞ

Madde 19

1. Televizyon reklâmı ve tele-alışveriş, editoryal içerikten kolayca ayırt edilebilir ve tanınabilir olacaktır. Yeni reklâm tekniklerinin kullanımı saklı kalmak kaydıyla, televizyon reklâmı ve tele-alışverişi, program hizmetlerinin diğer unsurlarından

göze ve/veya kulağa hitap eden ve/veya mekânsal araçlarla tamamen ayrı tutulacaktır.

2. Spor olaylarının iletiminin içinde yer alanlardan ayrı olarak, tek reklâm ve tele-alışveriş yayını istisna olarak kalacaktır.

Madde 20

1. Üye Devletler, reklâm ve tele-alışverişin programların içine yerleştirilmesi durumunda, programların süresi ve yapısı ile doğal araları dikkate alarak, program bütünlüğüne ve hak sahiplerinin haklarına zarar verilmemesini temin edecektir.

2. Televizyon için yapılan filmler (film serileri, diziler ve belgeseller hariç), sinematografik eserler ve haber programları, planlanan en az 30 dakikalık her zaman dilimi için bir kez reklam ve/veya tele-alışverişle kesilebilir. Çocuk programları, planlanan en az 30 dakikalık her zaman dilimi için, program sürelerinin 30 dakikadan daha fazla olması durumunda, bir kez reklâm ve/veya tele-alışverişlerle kesilebilir. Dini törenlerin yayını içine hiçbir şekilde reklam ve tele-alışveriş yayını yerleştirilemez.

Madde 21

Tıbbi tedavi amaçlı tele alış-verişin yanı sıra 2001/83/EC sayılı Yönerge çerçevesinde pazarlama ruhsatına tabi tutulan tıbbi ürünlerin tele alış-verişi yasaklanacaktır.

Madde 22

Alkollü içeceklerin televizyonda reklamı ve tele alış-verişi aşağıda yer alan şu kıstaslara uygun olacaktır:

(a) Özel olarak gençleri hedef almamalı veya özellikle gençleri bu içecekleri tüketirken betimlememelidir,

(b) Alkol tüketimini fiziksel performansın artışı ile veya araç kullanımı ile bağlantılandırmayacaktır,

(c) Alkol tüketiminin sosyal ve cinsel başarıya katkıda bulunduğu izlenimi yaratılmayacaktır,

(d)Alkolün tedavi edici özellikleri olduğu veya bir uyarıcı, yatıştırıcı ya da kişisel çatışmaları çözmenin bir yolu olduğu iddiasında bulunmayacaktır,

(e) Aşırı alkol tüketimini teşvik etmeyecek ve olumsuz bir atmosfer içinde alkollü içeceklerden kaçınmayı veya itidalli olmayı sergileyecektir,

(f) Yüksek derecedeki alkollü içeceğe sanki içeceklerin olumlu bir özelliğiymiş gibi vurgu yapmayacaktır.

Madde 23

1. Saat başından saat başına bir saatlik zaman dilimi içindeki reklam ve tele-alışveriş kuşaklarının oranı %20'yi geçmeyecektir.

2. Paragraf 1, yayıncıların kendi programları ve doğrudan bu programlardan türetilen tali ürünler, program desteklemesi duyuruları ve ürün yerleştirme ile bağlantılı olarak yapacakları duyurulara uygulanmayacaktır.

Madde 24

Tele-alışveriş pencereleri göze ve kulağa hitap eden araçlarla açıkça belirtilecek ve kesintisiz en az 15 dakika süreli olacaktır.

Madde 25

İşbu Yönergenin hükümleri, üzerinde gerekli değişiklikler yapıldıktan sonra bire bir şekilde münhasıran reklam ve tele-alışverişe tahsis edilmiş televizyon kanalları ile münhasıran öz-tanıtıma tahsis edilmiş televizyon kanallarına uygulanacaktır.

Ancak Bölüm VI'nın yanı sıra Madde 20 ve 23 hükümleri bu kanallara uygulanmayacaktır.

Madde 26

Madde 4'te yer alan hükümler saklı kalmak kaydıyla, Üye Devletler, Birlik hukukuna gerekli saygıyı göstererek, sadece ulusal toprakları hedefleyen ve bir veya daha fazla diğer Üye Devlette kamu tarafından doğrudan veya dolaylı olarak alınamayan televizyon yayınlarına ilişkin Madde 20 (2) ve Madde 23'de belirtilenlerin dışında şartlar koyabilirler.

BÖLÜM VIII

TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA KÜÇÜKLERİN KORUNMASI

Madde 27

1. Üye Devletler, yargı yetkileri altındaki yayıncıların televizyon yayınlarında, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerine ciddi şekilde zarar verebilecek programlara, özellikle pornografi veya ölçüsüz şiddet içeren programlara yer vermemelerini sağlamak amacıyla uygun önlemler alırlar.

2. Paragraf 1'de alınabilecek önlemler, yayının yapıldığı bölgede bulunan çocukların bu tür yayınları görmelerine veya duymalarına engel olabilmek için yayın saatlerinin belirlenmesi veya teknik araçların kullanılması halleri istisnası kaydıyla, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerini etkilemesi muhtemel diğer programlara da uygulanabilir.

3. Buna ilaveten, bu tür programların şifresiz yayınlanması halinde, Üye Devletler, bu programlardan önce sesli bir uyarının yapılmasını veya yayın süresince görsel bir sembolle tanımlanmasını sağlarlar.

BÖLÜM IX

TELEVİZYON YAYINCILIĞINDA CEVAP HAKKI

Madde 28

1. Medeni, idari veya ceza hukuku çerçevesinde Üye Devletlerce kabul edilen diğer hükümler saklı kalmak kaydıyla, bir televizyon programındaki yanlış iddialar nedeniyle yasal çıkarları zarar gören özellikle saygın ve iyi bir isim sahibi gerçek veya tüzel kişiler, milliyetine bakılmaksızın, cevap hakkına veya benzeri haklara sahip olmalıdırlar. Üye Devletler, cevap hakkı veya benzeri hakların uygulanışının makul olmayan şartlar ileri sürülerek engellenmesini önlemelidirler. Cevap hakkı tanınması için yapılan müracaatı izleyen makul bir süre içinde, ilgili programa uygun bir tarzda ve zamanda cevap hakkı yayınlanmalıdır.

2. Bir cevap hakkı veya benzeri haklar, bir Üye Devletin yargı yetkisi alanındaki tüm yayıncılar için geçerli olacaktır.

3. Üye Devletler, cevap hakkının veya benzeri hakların yerleşmesi için gerekli yasal önlemleri alırlar ve bu hakkın uygulanması için takip edilecek süreci belirlerler. Üye Devletler, özellikle, yeterli bir zaman diliminin kullanılmasını ve söz konusu sürecin, cevap hakkı veya benzeri hakların diğer Üye Devletlerde yaşayan

gerçek kişiler veya o Ülkelerde kurulu tüzel kişiler tarafından tam olarak kullanılabilecek şekilde olmasını temin ederler.

4.Cevap hakkı veya benzeri hakların kullanımı için yapılan bir başvuru, eğer böyle bir cevap paragraf 1'de ifade edilen koşullara uygun değilse, ceza gerektiren bir eylem içeriyorsa, medeni hukuk kurallarına göre yayıncıyı sorumlu hale getiriyorsa veya kamu ahlakı standartlarını aşıyorsa reddedilebilir.

5.Cevap hakkı veya benzeri hakların kullanımıyla ilgili anlaşmazlıkların yasal incelemeye tabi olduğu durumlarda uygulanacak sürece ilişkin hükümler belirlenmelidir.

BÖLÜM X
TEMAS KOMİTESİ
Madde 29

1.Komisyona karşı sorumlu bir temas komitesi kurulacaktır. Bu komite Üye Devletlerinin yetkili kurullarının temsilcilerinden oluşacaktır. Komiteye bir Komisyon temsilcisi başkanlık edecek ve başkanın isteği veya bir Üye Devlet delegasyonunun isteği üzerine Komite toplanacaktır.

2.Temas komitesinin görevleri şunlardır:

(a) Yönergenin, özellikle Madde 2'nin işletilişinden doğan tatbiki sorunların yanı sıra görüş alışverişinin yararlı olduğunun düşünüldüğü diğer konularda da düzenli müzakereler yapılarak Yönergenin etkin bir şekilde uygulanmasını kolaylaştırmak,

(b) Bu Yönerge hükümlerinin üye Devletlerce uygulanması konusunda kendi düşüncelerini veya Komisyonun düşüncelerini açıklamak,

(c) Madde 16(3)'e uygun olarak Üye Devletlerin hazırlayacağı raporlarda hangi konuların ele alınacağı, bunların yöntemi ve bu çalışma için sunulan tekliflerin değerlendirilmesi ve çalışmanın bizzat kendisi hakkında görüş alışverişinde bulunulacak bir forum ortamı oluşturmak,

(d) Yayıncı kuruluşların, yapımcıların, tüketicilerin, üreticilerin, hizmet sağlayıcılar ve ticaret birliklerinin ve yaratıcı grupların temsilcileriyle Komisyonun yaptığı düzenli müzakerelerin sonuçlarını değerlendirmek,

(e) Birliğin görsel-işitsel politikasının yanı sıra teknik alandaki ilgili gelişmeleri de göz önüne alarak, görsel-işitsel medya hizmetlerine ilişkin düzenleyici

faaliyetlerinin durumu ve gelişimi konusunda Üye Devletler ve Komisyon arasındaki bilgi alışverişini kolaylaştırmak,

(f) Görüş alışverişinin yararlı olduğunun düşünüldüğü sektörde ortaya çıkan her türlü gelişmeyi incelemek.

BÖLÜM XI
ÜYE DEVLETLERİN DÜZENLEYİCİ KURULLARI ARASINDA İŞBİRLİĞİ

Madde 30

Üye Devletler, işbu Yönerge hükümlerinin, özellikle Madde 2, 3 ve 4'ün uygulanışına yönelik gerekli bilgileri birbirlerine ve Komisyona, bilhassa kendi yetkili bağımsız düzenleyici kurulları vasıtasıyla, sağlama konusunda uygun önlemleri alacaklardır.

BÖLÜM XII
SON HÜKÜMLER

Madde 31

Bu Yönergenin düzenlemediği alanlarda, Yönerge, telekomünikasyon veya yayıncılıkla ilgili mevcut sözleşmelerden kaynaklanan Üye Devletlerin hak ve yükümlülüklerini etkilemeyecektir.

Madde 32

Üye Devletler, bu Yönergenin kapsamı dâhilinde benimsedikleri ulusal kanunun ana hükümlerine ait metni Komisyona bildireceklerdir.

Madde 33

19 Aralık 2011 tarihinden sonra olmamak kaydıyla ve bu tarihten sonraki her üç yılda bir olmak üzere, Komisyon, işbu Yönergenin uygulanmasına dair bir raporu Avrupa Parlamentosuna, Konseye ve Ekonomik ve Sosyal Komiteye sunacak ve gerekli olduğu takdirde, özellikle son teknolojik gelişmeler, sektörün rekabet gücü ve tüm Üye Devletlerde medya okuryazarlığı seviyesi ışığında Yönergeyi

görsel-işitsel medya hizmetleri alanındaki gelişmelere uyarlamak için ilave önerilerde bulunacaktır.

Bu rapor, çocuk programlarına yerleştirilen veya bunlarla birlikte sunulan televizyon reklamı hususunu ve özellikle bu Yönergede yer alan niteliksel ve niceliksel kuralların arzu edilen koruma seviyesini karşılayıp karşılamadığını da değerlendirecektir.

Madde 34

EK-I, Bölüm A'da listelenen Yönergelerle değiştirilen 89/552/EEC sayılı Yönerge, Üye Devletlerin Ek-I, Bölüm B'de beyan edilen Yönergeleri ulusal mevzuatlarına aktarmaları için konulan süreye ilişkin yükümlülüklerini etkilemeksizin feshedilmiştir.

Madde 35

İşbu Yönerge, Avrupa Birliği Resmi Gazetesinde yayımlanma tarihini müteakip 20nci gününde yürürlüğe girecektir.

Madde 36

Bu Yönergenin muhatabı Üye Devletlerdir.

Feshedilen Yönergeye yapılacak atıflar bu Yönergeye yapılmış addedilecek ve Ek-II'de yer alan bağıntı tablosuna göre yorumlanacaktır.

DİZİN

J

K

L

M

Ş

T

U

V

W

Y

Z



TELEVİZYON VE RADYO YAYINCILIĞI

PROF. DR. AYSEL AZİZ

Trabzon doğumlu olan Prof. Dr. Aysel Aziz, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Diplomasi ve Dış Münasebetler Şubesi mezunudur. Akademik kariyeri Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu, Radyo ve Televizyon Bölümüne asistan olarak girmesi ile başladı. 1974 yılında A.Ü.S.B.F'de İdari ve Siyasal Bilimler Doktoru ünvanı aldı. 1980 yılında Sosyoloji Anabilim dalında doçent ve 1988 yılında Kitle İletişim (Radyo-Televizyon) Anabilim dalında profesör oldu. 2000 yılına kadar A.Ü.S.B.F. Basın Yayın Yüksekokulu ve sonradan değişen adı ile İletişim Fakültesinde akademik yaşamını sürdürdü.

Yönetsel görevler:

Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu (İletişim Fakültesi) bölüm başkanlığı, müdür yardımcılığı ve kurucu dekanlık görevlerinde bulundu.

1996-2000 yıllarında KKTC Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ)'nde İletişim Fakültesini kurdu ve kurucu dekanı olarak görev yaptı.

2000-2007 yılında Yeditepe Üniversitesi'nde Rektör Yardımcısı ve İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölüm Başkanlığı görevlerini yürüttü.

2007-2008 yıllarında Doğuş Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dekanı,

2008-2010 yılırında İstanbul Arel Üniversitesi

2010-2011 yıllarında Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültelerini kurdu ve kurucu dekanı olarak görev yaptı. Halen Gelişim Üniversitesi İktisadi , İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü öğretim üyesidir.

Yurtiçinde ve yurt dışında çeşitli akademik toplantılara katılan ve araştırma yapan Prof. Dr. Aziz'in bugüne kadar ağırlığı iletişim, kitle iletişim, radyo televizyon ve araştırma yöntemleri konularında olmak üzere, kadın ve toplumsal konularda basılmış 13 kitabı ve 60'ı aşkın araştırma ürünü ve makalesi vardır.

Prof. Dr. Aziz, İLAD (İletişim Araştırmaları Derneği)'nin kurucu üyesidir şu anda başkanlık görevini yürütmektedir.

ISBN 978-9944-157-67-4

